

NOM : RIBIC

Prénom : Eros

Matricule : S 102275

Filière d'études : Master Anthropologie à Finalité Approfondie

Mémoire

Le selfie

Sous les filtres de l'apparence

Promotrice : Madame SERVAIS Véronique

Lecteur : Monsieur HAVELANGE Carl

Lecteur : Monsieur MARIANI Léo

Remerciements

J'aimerais remercier ma promotrice Madame Véronique Servais pour la confiance et la liberté inouïe accordée quant à l'orientation de mon mémoire. J'ai grandement apprécié sa disponibilité, la pertinence de ses conseils et son ouverture d'esprit à l'égard de mes centres d'intérêts intellectuels. Je voudrais également souligner la qualité de son travail et la transmission passionnante de celle-ci qui n'a pas manqué de me stimuler et de m'inspirer tout au long de mon cursus universitaire.

Je souhaite remercier Monsieur Carl Havelange d'avoir accepté d'être un de mes lecteurs bien que je ne sois pas un élève de sa section. Je suis ravi qu'un tel spécialiste de l'histoire culturelle du visuel soit dans le jury de ce mémoire.

Ensuite, j'aimerais également remercier Monsieur Léo Mariani de s'être toujours intéressé et investi dans ma démarche intellectuelle. En plus, de me faire l'honneur d'être un lecteur de ce travail, j'ai apprécié qu'il m'ait spontanément partagé à plusieurs reprises les coordonnées de différents colloques, conférences en relation à mon sujet d'étude sans même lui avoir demandé au préalable.

Enfin, j'aimerais remercier infiniment mes parents pour la confiance qu'ils m'ont accordé tout au long de mes études malgré leurs nombreux, cependant légitimes, doutes. Je remercie également mes nombreux amis et connaissances qui m'ont aidé dans la confection de ce mémoire avec leurs conseils avisés et relecture. Finalement, je souhaite terminer mes remerciements en m'adressant à Léo, elle, qui m'a toujours soutenu, conseillé et aidé à grandir après chaque chute.

Table des matières

I.	Introduction	4
II.	Terrain	7
	A) Les Trois moments	9
	B) Profils actifs.....	9
	1) Les trois moments du profil actif	11
	C) Profils semi-actifs.....	13
	D) Profils non-actifs	14
	E) Conclusion terrain	16
III.	L'homme et sa relation à la technique.....	17
	A) Pourquoi s'intéresser aux technologies ?	17
	B) L'avènement des villes et l'origine de l'écriture	18
	C) Des civilisations techniques	22
	D) Le système technique	23
	E) Les technologies sont-elles des outils ?.....	25
	F) Milieu naturel, technique et social.....	26
	G) Conclusion.....	28
IV.	Généalogie de la photographie	29
	A) Introduction	29
	B) Epoque prémoderne.....	31
	1) Contexte social, économique, politique et technologique	31
	2) Les réceptions de la photographie	32
	3) Quand la culture devient consommation	34
	4) La rupture photographique américaine.....	35
	5) Retour sur la notion de séduction	37
	6) Une brève histoire de la beauté	38
	C) La modernité.....	41
	7) Contexte social, économique, politique et technologique	41
	1) Changement du paradigme photographique.....	42
	2) Vers l'avènement du corps	43
	D) La postmodernité.....	49
	8) Contexte social, économique, politique et technologique	49
	1) La rupture photographique du Polaroid.....	50
	2) Quels changements pour la séduction ?.....	54
V.	L'hypermodernité	57

A)	Contexte social, économique, politique et technologique	57
B)	L'autoportrait photographique mobile	58
1)	L'autoportrait : une histoire de regards	61
2)	Quel regard pour le selfie ?	63
3)	Le selfie marqueur d'une nouvelle sensibilité.....	67
4)	L'éthos du selfiste	69
C)	Quand l'apparence s'imbrique dans la séduction.....	71
VI.	Conclusion.....	76
VII.	Annexes	81
VIII.	Bibliographie.....	83
	Livres et articles scientifiques	83
	Conférences – entretiens – reportages (scientifiques) en ligne	86

I. Introduction

J'ai toujours été fasciné par le pouvoir d'attraction et de captation des images, par les effets «

magiques » qui « en elles » parviennent à nous toucher. Le domaine du visuel m'est intrigant, mais j'en suis plus curieux depuis les apports de la révolution du numérique. Plus précisément, je vais m'intéresser aux changements de régime que l'autoportrait a subis en s'incorporant dans les nouvelles technologies. Lorsque je regarde des photos de mes (grands-) parents, je remarque quelques différences notables par rapport aux miennes ou celles de mes amis. Les photos de ma génération sont généralement moins bien cadrées, les gens « posent » moins devant l'objectif, ils ne sourient pas nécessairement, ils font parfois des grimaces, etc. A priori, une des différences les plus remarquables est le nombre de clichés réalisés qui me semble significativement supérieur à ceux de mes parents. Certes, l'abandon de la pellicule au profit du support électronique a permis une prolifération d'images, mais c'est surtout au sein de la pratique photographique qu'il y a eu des renouvellements.

En 2013, deux ans après son invention, le mot « selfie » est élu mot de l'année. Chaque jour, je m'étonne encore de cette pratique à la mode, lorsque je parcours mon fil d'actualités sur *Facebook*, et que je remarque des connaissances, des proches ou des amis qui exposent leur intimité (physique et/ou sentimentale) sur cette plateforme interactive, avec peu de pudeur¹. Pourquoi sentent-ils ce besoin d'exposer la moindre expérience de leur vie ? Est-ce du narcissisme ? D'après ces quelques raisons et sans avoir la prétention de pouvoir répondre à toutes mes interrogations, j'ai choisi le selfie comme objet de mémoire, car c'est un fait social que l'on pourrait même qualifier de rituel.

Je vais considérer le selfie à la fois comme un mode de l'autoreprésentation et une manière d'être en représentation. Dans cette optique, le selfie est le résultat de tout ce qui se joue derrière, dessous, autour, avant, et après. Dans ce mémoire, je ferais l'hypothèse que le selfie résulte d'un long processus qui a fait tendre les sociétés occidentales vers une direction plutôt qu'une autre. J'étudie ce phénomène en tant qu'il aurait pu ne pas exister. On aurait pu développer les mêmes technologies, à savoir, internet et téléphone portable, sans y intégrer un appareil photographique. Bien qu'aujourd'hui il soit naturel de penser téléphone mobile et caméra intégrée au sein du même objet, je ferais l'hypothèse que c'est le besoin de se mettre en scène par le biais de l'image qui a « poussé » les firmes *Nokia* et *Apple* à intégrer ces deux technologies en une.

Ma problématique tente de décrire l'évolution des technologies imageantes au regard de la mise en exposition des individus. Ainsi, il me semble important de décrire historiquement le rapport de l'individu à son monde propre en fonction des technologies de l'information et de la communication dont il résulte. D'emblée, je fais l'hypothèse d'une influence des techniques sur les individus. On verra après une série d'arguments qu'il est plus juste de mentionner un processus de conaturalité. C'est-à-dire

¹ En raison de mon éducation, je qualifie ces comportements de non pudique, mais je ne souhaite pas exprimer un jugement de valeur.

que l'individu et les technologies s'engendrent l'un et l'autre. L'individu n'est pas passif, mais il agit dans la réception d'informations. Il n'est pas simple réceptacle comme énoncé dans le modèle linéaire de la communication par Shannon.

Ce n'est qu'après de longues réflexions sur le selfie que j'ai décidé de l'analyser sous l'angle de la séduction. La séduction apparaît, du moins aujourd'hui, selon moi, comme une qualité presque essentielle dans nos sociétés occidentales. Evidemment, il est toujours des groupes d'individus qui rejettent les normes ou les comportements. Cependant, tout au long de mon travail, je ne veux aborder que les grandes tendances de notre époque. Les grands mouvements qui font fléchir la culture vers un certain chemin.

Je débiterais donc avec une exposition des données recueillies lors de mon terrain ethnographique qui s'étend sur deux années. Ensuite, au troisième chapitre, je m'intéresserai à l'influence des technologies sur les individus. Le quatrième chapitre se divisera en quatre parties où j'expliquerai en premier lieu les raisons de mes choix quant aux séparations par époque. Pour chaque époque, je réaliserai une historiographie non-exhaustive des techniques et j'y questionnerai la place du corps. Le second point du quatrième chapitre concernera l'époque que je qualifie de prémoderne. Le point suivant abordera l'époque dite moderne. Enfin le dernier point de ce chapitre concernera l'époque qualifiée de postmoderne. Le cinquième chapitre se concentre sur l'époque que l'on qualifie désormais d'hypermoderne. Principalement théorique, j'y ferai un retour sur mon terrain et cela me permettra de mettre en avant certains traits de la culture hypermoderne. Enfin, le sixième et dernier chapitre tentera de reprendre l'essentiel du présent travail afin de mettre en avant une nouvelle sensibilité et donc, de conclure ce mémoire.

II. Terrain

Dans la mesure où le selfie s'est lentement immiscé, et ce, de manière globale dans la vie des gens, je n'avais que l'embarras du choix pour faire mon terrain. Interroger les individus sur leurs pratiques du selfie s'est vite avéré redondant, mais j'ai pensé qu'il serait bénéfique de relever les processus conscients et inconscients de cette pratique au regard de l'évolution historique de l'autoportrait, de la mise en scène de l'individu et de son environnement technique. J'ai pensé que ceci permettrait de mieux saisir la pratique du selfie en tant que porteur d'une nouvelle sensibilité. Afin d'avoir une problématique claire et précise, je vais aborder le selfie par les processus de séduction mis en œuvre au travers de celui-ci. Enfin, pour resserrer mon public cible, je ne vais m'intéresser qu'aux femmes âgées de 20 à 28ans. C'est par facilité méthodologique que je limite mon public mais également, je pars du présupposé que les femmes sont plus soumises au miroir des apparences et donc, que les « dictats » sociaux s'imposent plus à elles (Andrieu et al, 2010 :59).

Dans un premier temps, j'ai décidé d'interpeler et d'interroger les individus lorsqu'ils faisaient des selfies. Les difficultés semblaient d'autant plus grandes lorsque le contexte d'approche était intrusif. Approcher de manière frontale et directe quelqu'un qui vient de s'enregistrer en selfie s'avère envahissant. La plupart du temps, les interpellés se fermaient à toute conversation. Je n'ai jamais pu avoir un échange fructueux de cette manière, cependant, plutôt que de le chercher, le terrain est venu à moi.

En effet, les échanges les plus utiles à mon propos se sont déroulés lorsque le contexte social ne me situait pas en simple inconnu, mais en tant qu'inconnu entouré de gens connus. Je m'explique, j'ai pu m'entretenir concrètement avec des individus que je ne connaissais pas, uniquement lorsque j'étais dans un lieu de rencontre, autour d'une table de café ou de bar, dans une soirée en appartement ou en soirée/concert. Puisqu'au cours d'une rencontre avec quelqu'un, le statut d'étude revient souvent dans la discussion, lorsque j'informais que j'étais en dernière année de master en anthropologie, il était presque systématique qu'on me demande, quel était l'objet de mon mémoire. A cela, je répondais que je voulais prendre la pratique du selfie comme sujet. Très souvent, les gens avec qui je discutais me partageaient par la suite leurs avis sur cette pratique. Occasionnellement, les propos prononcés à « chaud » se révélaient choquants, voire désobligeants. En effet, les discours recueillis sur ce sujet tournent vite autour du narcissisme dont les « selfistes² » feraient preuve. Je percevais beaucoup de jugement de valeur de la part des individus qui ne postent pas de selfies à l'égard de ceux qui en postent régulièrement. C'était pour moi une chance, mais je me suis vite rendu compte que ce sujet était victime d'une grande uniformisation dans l'imaginaire que les individus s'en font. Effectivement, depuis plus de trois ans ce sujet est très présent dans les médias et de nombreux livres scientifiques ou non explorent ce sujet.

² Un selfiste est quelqu'un qui fait des selfies.

J'ai donc décidé de recueillir des informations de pratiquants et non-pratiquants. Je pense que le point de vue d'un individu qui ne se met pas en scène sur *Facebook* est potentiellement productif quant à mon propos. De même qu'il est intéressant d'attirer l'attention sur ce qu'ils pensent lorsqu'ils assistent à l'enregistrement d'un selfie par d'autres gens. Dans cette étude, j'utilise également mon propre fil d'actualité *Facebook* pour voir des selfies publiés avec leurs différents commentaires et réactions. Je remarque très vite que je ne peux m'extraire de cette pratique qui semble tous nous situer soit dans une position d'exhibitionnisme, soit dans une position de voyeurisme. Selon moi, tout individu utilisant *Facebook* se retrouve, malgré lui, dans au moins une de ces deux positions, sinon les deux. Ces divers échanges m'ont fait comprendre qu'il y avait trois moments différents dans cette pratique. Ces trois moments vont me permettre d'interroger les individus de façon plus claire et plus rigoureuse. Brièvement, le premier moment comporte le choix de la prise photographique, le deuxième est incarné par le choix de la photo et ses modifications esthétiques, enfin, le dernier moment est relatif à la publication du selfie. Je reviendrais sur ces trois moments plus en détails à la suite de la construction des trois profils types.

Après avoir interrogé une centaine de personnes, plus ou moins assidûment, j'ai décidé de construire trois profils types. Cette construction virtuelle va me permettre de prendre du recul sur les dires de mes interlocutrices. Après avoir classé et rendu intelligible mes données, je vais les analyser à l'aide du chapitre V consacré à l'hypermodernité où j'y ferais un retour sur mon terrain. J'y évoquerais aussi certains passages de mon journal de terrain qui ne figureront pas dans ce chapitre II. La catégorisation des profils se fonde sur une moyenne de l'activité sur *Facebook* et/ou *Instagram* des utilisateurs, en tant qu'ils publient plus de trois selfies par mois, moins de trois et aucun. En effet, ici, je privilégie le fait de publier un autoportrait mobile sur un réseau social de manière public. Je considère qu'il ressort d'un acte différent d'envoyer un selfie à un ou des destinataires via *Snapchat*, *Whatsapp*, *Facetime*, ou dans une conversation ou sur un groupe secret de *Facebook*. Dans ces cas cités, le *post* n'est pas public, il est directement ciblé et donc plus personnel. Ainsi, toujours selon moi, il ressort d'un processus différent quant à l'exhibition de soi. Ce choix résulte d'une commodité méthodologique, car je n'ai accès qu'aux données publiées publiquement.

J'ai rencontré beaucoup de personnes m'ayant partagé leur mise en scène de soi sur les réseaux sociaux. Je ne vais retenir seulement quelques personnes afin d'analyser leurs témoignages plus en détail. J'ai donc commencé mon terrain avec le but de suivre des individus qui postent régulièrement, sporadiquement, et jamais de selfie sur les réseaux sociaux. Je suppose que ces trois catégories doivent m'éclairer sur les logiques sous-tendues dans le selfie. Ainsi, en ce début de travail, j'aimerais rapporter les données que j'ai recueillies lors de mes entretiens avec les pratiquantes ou non du selfie. Par une volonté d'affiner la recherche, je confronterai chaque type de profil au regard des trois moments évoqués que je vais détailler ci-dessous. De plus, je mettrai entre parenthèses la date, la personne, les conditions de prises de notes et le type d'entretien dont ressortent les faits qui m'ont été rapportés.

A) Les Trois moments

Le premier moment est celui de la prise photographique. Mes interlocutrices m'ont fait part de leurs questionnements quant aux choix du moment de la capture. Sarah me partage qu'elle réfléchit toujours à la situation sociale dans laquelle elle se situe avant de se prendre en selfie. Elle me dit ensuite : « *tu ne peux pas prendre un selfie n'importe où ! Ce serait déplacé de prendre un selfie au funérarium par exemple* » (Extrait de mon journal de terrain : 10 novembre 2016, Sarah, notes à postériori, entretien non formel).

Le deuxième est le moment du choix de la photographie. Tous les individus qui pratiquent régulièrement des selfies m'ont affirmé qu'ils captureraient au minimum cinq selfies pour n'en garder qu'un. Ils opèrent un choix esthétique me disent-ils. Ils choisissent le selfie en fonction de leur photogénie. Mais également, outre le moment du choix de l'instantané, c'est le moment de la retouche photographique. À l'aide de divers « filtres », les selfistes embellissent la photographie et donc s'embellissent eux-mêmes. Enfin, le dernier moment est celui de la publication. Il arrive en dernier lieu et révèle le choix de l'heure et du jour de la publication. « *Le dimanche entre 18h et 21h, c'est le climax de mes contacts en ligne* » (Extrait de mon journal de terrain : 10 juillet 2016, Alexandra, notes à postériori, entretien non formel). Également, ce moment contient la réflexion sur le choix ou non d'une légende ou d'un emplacement qui accompagne le selfie. « *J'ai déjà mis deux heures pour trouver la bonne phrase philosophique qui accompagnait mon selfie* » (Extrait de mon journal de terrain : 12 décembre 2016, Julie, notes prises sur mon Smartphone, sur le vif, entretien formel).

B) Profils actifs

Selon moi, à partir de trois selfies publiés par mois sur les réseaux sociaux de manière publique le profil de la femme est qualifié d'actif. C'est le groupe de femme pour lequel j'ai le moins d'interlocutrices (moins de dix). De manière générale elles sont très actives sur *Facebook* mais également sur d'autres plateformes telles qu'*Instagram*, *Twitter*, *Snapchat*, etc. Leur vie sociale « réelle » se résume à une ou deux sorties par semaine, qui sont le plus souvent des activités avec leurs petits amis. Elles vont en soirée dansante au maximum une fois par mois. Ces jeunes femmes me confient soigner leurs apparences, elles choisissent avec soin (le plus souvent la veille) leur tenue, elles se maquillent et se coiffent tous les jours, car « *il est impensable de sortir avec une tête de cul* » (Extrait de mon journal de terrain : 15 janvier 2016, Louana, notes à postériori, entretien non formel). Une particularité par rapport aux deux autres groupes qui m'a frappé est le choix des vêtements. Ceux-ci semblent davantage souligner les courbes du corps³ lorsque je les compare avec ceux des femmes des deux autres groupes. Par contre, malgré leur activité débordante sur les réseaux sociaux, ces femmes

³ Les vêtements mettent en valeur principalement la rondeur des fesses et des hanches, le ventre et les seins

font partie de peu de groupes secrets (un ou deux). De même qu'elles envoient davantage de selfie sur les réseaux sociaux que de manière privée.

Ces femmes voient la séduction uniquement en termes d'apparence et d'attributs physiques. La séduction selon ces femmes, c'est la beauté exposée. Ainsi pour Clara, le but de la publication d'un selfie réside dans la reconnaissance de son attirance et de sa désirabilité. La séduction semble n'être que le résultat de son attirance physique. Par ailleurs, elle veut qu'on la félicite pour sa plastique qu'elle pense irréprochable : « *Je veux qu'on me désire, qu'on m'envie et qu'on me félicite pour mon corps. Si j'ai passé tant d'heures à la salle de fitness, c'est pas pour rien !* » (Extrait de mon journal de terrain : 3 avril 2017, Clara, notes prises sur le vif avec mon Smartphone, entretien non formel). Pour ces jeunes femmes, l'idéal de beauté est le plus souvent incarné par des stars telles que Kim Kardashian, Beyonce, Rihanna, etc. En d'autres termes, ce sont des femmes avec un corps athlétique et des formes généreuses. La rondeur (parfois démesurée) des fesses est un atout majeur, une ceinture abdominale et une cambrure très marquée, des cuisses musclées et une forte poitrine. « *Moi ma hantise c'est de me réveiller et d'être plate de partout* » (Extrait de mon journal de terrain : 15 janvier 2016, Elisa, notes à posteriori, entretien non formel). Les traits de visage privilégiés de ces jeunes femmes sont des lèvres très pulpeuses, une bouche assez grande, des pommettes marquées, des sourcils épais, de grands yeux en amande et de longs cils. « *Personnellement, je (re)dessine mes sourcils avec du crayons, je pose des extensions sur mes cils, j'émacie mon visage et j'arrive agrandir mes yeux grâce à la technique de maquillage du « contouring⁴ »* » (Extrait de mon journal de terrain : 21 mai 2015, Jessica, notes à posteriori, entretien non formel).

Les jeunes femmes rencontrées qui s'inscrivent dans cette catégorie m'ont semblé davantage connectées à leur Smartphone que les femmes des autres catégories. En effet, au cours des conversations avec chacune d'entre elles, j'ai remarqué une tendance quasi compulsive à regarder leur téléphone bien que, il est vrai, leur attention soit souvent attirée par une notification alertant quelque chose de nouveau sur leurs nombreux réseaux sociaux. Au début, je me suis dit que je les embêtais. Je vivais leurs comportements comme un rejet. Jusqu'au moment où l'une d'entre elles m'a fait part de l'anxiété engendrée par l'attente constante de nouvelles notifications. A la suite de la lecture du livre *Le selfie, aux frontières de l'égoportrait* de Lichtensztein, j'ai eu la révélation, car selon cette auteure, ce sont des drogués de la vérification, de l'attente impatiente ou encore des « stressés du checking out » (Lichtensztein, 2015 :20). En effet, en évoquant les recherches du psychologue Romain Cally, les réseaux sociaux selon lui sont particulièrement addictogène, car ils « donnent à l'internaute un moyen de briser sa solitude », et il faut y voir « une forme de désespoir relationnel et un désir ardent de communiquer » (Lichtensztein, 2015 :21, citant, Cally, 2012 :62). Ce qui se vérifie par ce que je

⁴ Voir les annexes 1 et 2 pour exemple de contouring

mentionnerai plus tard, les femmes de cette catégorie ont une vie sociale moins active (dans la réalité physique) et font partie de moins de groupes privés (virtuel donc).

1) Les trois moments du profil actif

En questionnant les jeunes femmes « actives », je me rends compte qu'il n'y a que très peu de moments, pour elles qui ne sont pas adéquats à la prise d'un selfie. Elles en prennent chez elles, en rue, dans les transports en commun, dans leur voiture, au restaurant, à l'école pendant les cours, sur leur lieu de travail, dans leur lit et ce, seules ou accompagnées. Étonnamment, elles ne font pas attention au regard des autres lorsqu'elles se prennent en selfie. Il semble que toute la vie soit sujette à la prise d'un selfie. « *Dès que je me sens bien avec quelqu'un ou même seule à un endroit, je me prends en selfie* », elle ajoutait : « *la dernière fois, j'étais dans une file d'attente avec un ami pour aller au cinéma et on s'est photographié* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 mars 2016, Angélique, notes à posteriori, entretien non formel). Néanmoins, si tout peut faire l'objet d'un selfie, les images qu'elles renvoient d'elles-mêmes font l'objet d'un choix. Angélique me rapporte qu'elle n'aurait pas fait un selfie si elle n'aimait pas son ami. De plus, avec ce selfie, elle a pu transmettre le reflet d'une femme qui s'intéresse à la culture cinématographique. Ainsi, des choix formels se font en fonction du groupe auquel on se réfère. Elles réfléchissent et anticipent à la façon dont elles seront perçues au travers de leurs selfies. Elles prévoient leurs styles vestimentaires et leurs maquillages en fonction des gens qu'elles souhaitent toucher. Elles savent pertinemment bien quels types de photos amènent des commentaires et des *likes* favorables.

Une fois que le moment et l'endroit du selfie ont été choisis, il faut sélectionner la meilleure photo. Lorsqu'elles font un selfie, les « actives » semblent prendre couramment le même profil (selon elles, le plus avantageux) avec le même genre de vêtements. Caroline me rapportait : « *Je me prends de droite parce que c'est mon meilleur profil, c'est de ce côté que j'ai un grain de beauté sur la joue* » (Extrait de mon journal de terrain : 5 septembre 2016, Caroline, notes à posteriori, entretien formel). Ces images sont assez redondantes d'un point de vue créatif. Elles m'avouent qu'elles ont pris des années avant de trouver le type de cliché les avantageant le plus. « *Si je choisis un angle en trop forte contre-plongée, ça fait trop ressortir mon front et si je choisis un angle en plongée, ça fait ressortir mon gros nez* » (Extrait de mon journal de terrain : 5 septembre 2016, Caroline, notes à posteriori, entretien formel). Ainsi, par ces procédés, cela leur permet de clamer et de confirmer une appartenance à une communauté déterminée. Elles souhaitent dégager une identité partagée dans laquelle elles se reconnaissent et qui saura les reconnaître. « *Je sais que ce genre de selfie marche, car mes contacts ont réagi plus positivement à ceux-là* » (Extrait de mon journal de terrain : 5 septembre 2016, Caroline, notes à posteriori, entretien formel).

Maintenant, il me paraît nécessaire d'aborder les retouches que mes interlocutrices appliquent sur leurs selfies. En raison de leur réticence, je n'ai pas pu récolter assez de matériaux pour en discuter en profondeur, cependant, c'est une pratique très commune et de surcroît, déterminante pour la suite de mon propos. A l'aide des filtres gratuits sur *Instagram* ou *Snapchat* les selfistes sont en mesure de modifier des imperfections me disent-elles. « *Si la lumière rend mon teint pâle ou jaunâtre, il me suffit de superposer quelques filtres et le problème est réglé* » (Extrait de mon journal de terrain : 15 janvier 2016, Louana, notes à postériori, entretien non formel). D'ailleurs, il arrive qu'elle privilégie une application plutôt qu'une autre en fonction des retouches qu'elle juge nécessaire. Je remarque également qu'elles ne postent presque jamais de selfies qui n'ont pas été modifiés. « *Ça rend l'image plus jolie et plus naturelle donc pourquoi je ne l'utiliserais pas ?* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 mars 2016, Angélique, notes à postériori, entretien non formel). Ou alors, « *ça donne un côté personnalisé et artistique à mon selfie et ça me plaît d'être vue de cette manière* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 mars 2016, Angélique, notes à postériori, entretien non formel). Ce que je retiendrais de ces entretiens est que leurs propres images ne leur suffisent plus, elles les veulent augmentées, améliorées et personnalisées.

Dans ce point, je vais me pencher sur la publication du selfie. Ce moment m'a semblé important lorsque les pratiquantes du selfie m'ont confié qu'elles réfléchissaient à l'heure et au jour de la publication dans le but de toucher le plus de contacts possible. Elles opèrent réfléchissent afin d'être plus visible sur le fil d'actualité. Alexandra et Elisa étaient d'accord sur le fait qu'il y ait des heures où presque personne ne voit leurs selfies. « *Je ne poste plus de selfies en pleine journée d'un jour de la semaine parce qu'il y a très peu de gens qui y réagissent par des likes et des commentaires et c'est frustrant* » (Extrait de mon journal de terrain : 15 janvier 2016, Elisa, notes à postériori, entretien non formel). D'ailleurs, elle n'hésite pas à « tagger » d'autres personnes sur leurs propres selfies. Par ce procédé, elles sont certaines que leur selfie sera vu. « *Ça m'arrive de tagger d'autres ami(e)s. De cette manière mon selfie apparaît sur leurs fils d'actualité et est vu par leurs amis. Même si, quand je le fais, je veux partager quelque chose en particulier avec les amis que je tagge, c'est un bon moyen pour être sûr d'être vue* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 mars 2016, Angélique, notes à postériori, entretien non formel). Un grand nombre de mes interlocutrices m'ont partagé que leurs selfies sont parfois postés longtemps après la capture du cliché, pourtant, ils sont postés comme s'ils venaient d'être pris. On appelle ce type de photographie des *latergrams*, c'est-à-dire, des images postées en décalage avec la prise de vue, faisant mentir le principe d'instantanéité, tout en envisageant les effets sur le temps réel sur l'image de lui qu'il livre et donc, sur lui-même (Lichtensztein, 2015 :37).

Après les retouches esthétiques et le moment de la publication, arrive le moment la réflexion d'une légende ou non. « *Ce sont ces phrases qui traduisent vraiment mon état du moment. Une fois je*

vais mettre un lien d'une musique (chill ou vénère), une autre fois, je vais mettre une phrase « trash⁵ » ou philosophique⁶, ou parfois, je n'en mets pas du tout » (Extrait de mon journal de terrain : 11 mars 2017, Erica, notes à postériori, entretien non formel). Il arrive qu'un smiley suffise ou encore « un état » qui est une des configurations possibles de Facebook. En plus de cet état, on peut préciser le lieu de la prise photographique. « La dernière fois que j'ai précisé un lieu, j'étais sur une plage magnifique en Crête et je voulais rendre jaloux mes potes, ce qui a très bien fonctionné » (Extrait de mon journal de terrain : 18 avril 2017, Wafaa, notes à postériori, entretien non formel).

Ici je remarque que les utilisateurs s'approprient des outils mis à disposition sur Facebook en fonction de leurs propres buts. Enfin, on constata une multitude de procédés mis en œuvre par le selfiste « actif » afin d'être mieux vu, mieux admirés ou encore mieux enviés. Une jeune Finlandaise s'est attelée à dénoncer ces images améliorées de soi-même en dévoilant comment d'autres selfiste font pour paraître mince et musclées en fonction des vêtements, des positions ou encore de Photoshop⁷.

C) Profils semi-actifs

Cette catégorie regroupe les femmes qui postent moins de trois selfies par mois. Si je compare leurs dires avec le groupe des profils actifs, elles semblent donner moins d'importance à leur apparence. De manière générale, elle souhaite paraître plus naturelle : « (...) Même si je me maquille, ce qui est rare, je ne fais que mettre de l'anticerne et du mascara, (...) bon, j'avoue que je fais mes sourcils aussi » (Extrait de mon journal de terrain : 12 décembre 2016, Justine, notes prises sur le vif avec mon Smartphone, entretien non formel). De manière générale leur idéal esthétique est une beauté naturelle telle qu'Emma Watson. « Kim Kardashian je la trouve trop vulgaire on dirait une prostituée, elle se confirme elle-même en tant que femme-objet, plastifiée de partout des lèvres jusqu'aux fesses en passant par la poitrine » (Extrait de mon journal de terrain : 14 janvier 2017, Eve, notes prises sur le vif avec mon Smartphone, entretien non formel). Les vêtements des femmes de ce groupe sont en général plus amples et ont une connotation sexuelle moindre que ceux du groupe précédent. Elles voient la séduction comme un jeu. Lorsqu'elles souhaitent réaliser un selfie sexy elles le partagent davantage de manière privée que sur une plateforme publique « Bien sûr que je fais aussi des selfies où je me sens sexy et attirante, mais je ne le poste pas de manière publique, j'aurai peur qu'on me prenne pour une allumeuse » (Extrait de mon journal de terrain : 4 septembre 2016, Fanny, notes à postériori, entretien non formel). Selon Catherine, la séduction réside dans l'attente, il faut jouer avec l'autre, se faire désirer par un jeu de va-et-vient afin de troubler le partenaire désiré. « Si je suis attirée par quelqu'un je pourrais lui envoyer un selfie marrant, puis ne plus lui répondre pendant deux jours, ensuite, lui envoyer un selfie où je montre mon désir et de nouveau le laisser dans l'attente. Pour ma part cette technique de séduction

⁵ Voir annexe 3 pour un exemple de phrase « trash ».

⁶ Voir annexe 4 pour un exemple de phrase « philosophique ».

⁷ Voir les annexes 5, 6, 7 et 8.

à très bien marché, mes conquêtes s'attachent très vite, un peu trop vite d'ailleurs (dit-elle en rigolant) » (Extrait de mon journal de terrain : 11 juin 2017, Catherine, notes prises sur le vif avec mon Smartphone, entretien non formel). Ici, je repère une différence avec le groupe des « actifs » dans le rapport entretenu avec la séduction. Celle-ci semble jouer sur un autre domaine que l'apparence et le visible en mettant en avant l'attente et le manque que cette dernière engendre.

Les trois moments du selfie sont en grande partie les mêmes que les profils actifs. Néanmoins, une différence surgit quant au choix du moment de la prise photographique. En effet, les jeunes femmes semi-actives ressentent parfois une certaine réserve quant à la prise d'un selfie dans un lieu public. *« Parfois, même si j'en ai envie, j'évite de prendre un selfie de peur que les autres ne me jugent de narcissique »* (Extrait de mon journal de terrain : 15 juillet 2017, Nada, notes à posteriori, entretien non formel). Elles semblent plus sensibles au potentiel regard des autres sur elles. Peut-être sont-elles moins absorbées par leur écran ? Elles prennent également plusieurs selfies pour n'en choisir qu'un au final. Cependant, je retrouve une mise en avant des attributs sexuels moins prononcés dans leurs clichés. De manière générale, on aperçoit nettement moins leurs formes, le selfie est davantage cadré sur leur visage⁸. Bien que ces jeunes femmes entretiennent une conception de la beauté plus naturelle que celle du premier groupe, elles semblent utiliser au moins autant les filtres et les retouches sur leurs selfies. En ce qui concerne le moment de la publication du selfie, les semi-actives semblent répondre aux mêmes logiques que les actives. Elles m'ont toutes confirmé avoir déjà taggé des amis ou avoir fait des *latergrams*. Elles réfléchissent donc également au moment le plus adéquat pour toucher un plus grand nombre de contacts avant de publier un selfie.

D) Profils non-actifs

Les profils non-actifs possèdent un compte *Facebook*, mais ne publient aucune photo d'eux de manière publique. Lors de mon terrain, j'ai rencontré un peu plus de non-actives que d'actives, cependant, dans la réalité des faits, elles demeurent très minoritaires. Ces jeunes femmes me racontent que ce choix est motivé par l'envie de protéger leurs vies privées. La plupart se refusent même la possession d'un Smartphone qui leur semble trop intrusif. Selon elles, *Facebook* viole les lois en vigueur en Belgique sur la protection des données personnelles et privées. Selon Manon, le fait que cette plateforme revende ses données aux agences publicitaires, à une instance politique ou à une autre corporation est un fait suffisant pour qu'elle juge ce processus dangereux (Extrait de mon journal de terrain : 27 novembre 2016, Manon, notes à posteriori, entretien non formel). Dès lors, Manon et les autres femmes de cette catégorie privilégient les groupes secrets ou les conversations privées. De plus, elles règlent les paramètres de confidentialité pour empêcher tout autre utilisateur de les *taggées* sur une

⁸ Voir annexe 9

photographie. Soit leur fil d'actualité est complètement nu, soit on y voit quelques publications à forte connotation politiques.

La plupart des femmes de cette catégorie m'ont fait part de leurs critiques concernant *Facebook* en tant qu'il alimenterait le narcissisme et une société de l'exhibition toujours plus poussée. Aline ressent un malaise quand elle voit des jeunes filles ou certaines de ses amies s'exposer de façon provocatrice et sexuelle sur les réseaux sociaux. Toujours selon elle, le fait de voir des femmes incorporer les dogmes patriarcaux - assignant une femme au rôle d'objet – et ce, au nom de la liberté des sexes, est attristant (Extrait de mon journal de terrain : 27 novembre 2016, Aline, notes à postériori, entretien non formel). J'ai entendu la même réflexion de la part d'Arzu : « *certaines femmes exposent leurs corps et leurs intimités avec la conviction qu'elles sont libres de le faire mais au final elles se conforment à ce que les hommes veulent d'elles* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 juin 2016, Arzu, notes à postériori, entretien non formel). Mes matériaux ethnographiques me confirment que les seuls moments où elles envoient un selfie sont via la plateforme *Snapchat*, « *je préfère cette plateforme car la photo qu'on envoie se supprime directement après son visionnage et ça me rassure* » (Extrait de mon journal de terrain : 19 février 2017, Amanda, notes à postériori, entretien non formel).

Enfin, je termine l'analyse de ce groupe de femmes en me penchant sur leurs vies sociales hors-écrans. Elles utilisent les réseaux sociaux dans le but de s'informer des événements culturels à venir et pour organiser des rencontres avec leurs proches. Ensuite, c'est aussi pour certaines d'entre elles un moyen de garder contact avec des amis ne vivant pas en Belgique. A l'aide du témoignage d'Héloïse je vais exemplifier une semaine « typique » pour une femme appartenant à cette catégorie : « *Alors du lundi au mercredi, en général, après les cours j'ai une activité théâtre, une session d'escalade avec des potes et s'il fait beau on va faire de slackline au parc de la Boverie. Le jeudi, on fait un apéro avec les copains puis en général on sort, le vendredi rebelotte et le samedi ça dépend, mais parfois j'en profite pour aller dans les bois ou visité une ville pas trop loin. Le dimanche je suis fatiguée et je reste chez moi en mode casanière* » (Extrait de mon journal de terrain : 18 mai 2017, Héloïse, notes prises sur le vif avec mon Smartphone, entretien non formel). Selon moi, son planning est assez chargé en activité. Mis à part le dimanche, elle rencontre des gens tous les jours. J'ai décelé chez mes interlocutrices non-actives une forte participation à la vie sociale de leur ville.

E) Conclusion terrain

Afin de conclure cette partie du travail, je souhaite me concentrer sur le biais de représentativité que mon terrain comporte. C'est la manière dont j'ai recueilli les données qui a amené ce biais. Du fait de privilégier les rencontres directes, je me suis plus entretenu avec plus de non-actives que d'actives. Finalement, c'est tout à fait normal puisque je m'entretenais avec ces jeunes femmes dans des lieux de rencontre. Ainsi, il y avait plus de probabilité de croiser des femmes qui sortent souvent de chez elles que celles qui ne sortent que deux fois par mois, et ce, en couple la plupart du temps. Ceci, m'apprend que les selfistes actives ont une vie sociale hors-ligne moins active que les autres. D'un autre côté, les selfistes non-actives ont une vie sociale hors-ligne plus active que les autres. Ceci est une moyenne qui s'est révélée en fonction de mes notes. C'est une tendance générale et n'exclut donc aucunement des exceptions.

Dans la même idée, si je me concentre sur les aspects publics ou privés du selfie on aperçoit la même dynamique. Après plusieurs mois d'enquête, je me suis rendu compte que je posais mal mes questions. La question principale, étant un critère décisif à la classification de mon analyse, était la fréquence des selfies publiés sur *Facebook* ou *Instagram*. Cependant, je n'avais pas pris en compte les selfies postés dans les groupes secrets entre amis. Ainsi, les moins « visibles » dans le fil d'actualité public *Facebook* sont davantage dans des groupes secrets. J'ai donc découvert que plus les individus postent de manière publique des selfies, moins ils en envoient de manière privée. A l'inverse, plus ils envoient de manière privée, moins ils en postent de manière publique. Par conséquent, ceux qui postent plus que ce qu'ils n'envoient ont de relations sociales hors-écrans plus faible. C'est ce raisonnement qui poussera Sherry Turkle à affirmer qu'avec les réseaux sociaux nous sommes « seuls ensemble » et que les technologies incarneraient un obstacle aux relations humaines (Turkle, 2015).

Il ne faut pas que j'omette le fait que je sois un être humain à la rencontre d'autres humains. J'ai dû faire des choix personnels quant aux lieux, aux moments, avec telles personnes, à telles heures, etc. Ceci a très certainement déterminé le type de public rencontré. Je renvoie en outre une image qui pourrait ne pas plaire et empêcher une conversation de se faire. Je pense que c'est un biais qui affecte toute recherche anthropologique, cependant, je pense que mon terrain a été davantage marqué par ce défaut. En effet, les lieux de rencontre sont souvent marqués, selon moi, par le besoin de pouvoir situer les gens. Dès lors, les aprioris et les stéréotypes prennent une signification importante et conditionnent soit, d'une part, des vecteurs propices à la rencontre, ou au contraire d'autre part, des freins à cette dernière.

III. L'homme et sa relation à la technique

A) Pourquoi s'intéresser aux technologies ?

Il m'a semblé nécessaire qu'avant d'aborder la spécificité du numérique, il fallait revenir sur cette faculté, propre à l'homme, qui consiste à créer et à inventer des objets. Haudricourt affirme que le corps est un outil et les outils sont des prolongements du corps (Haudricourt, 2010). L'humain fabrique des extensions de ses membres pour se faciliter la tâche. Pour ce faire, il crée des outils. L'homme peut également créer des objets qui permettront d'en créer davantage. Leroi-Gourhan estime que la technique naît de l'interaction entre le « milieu intérieur », c'est-à-dire, la culture et le milieu extérieur, autrement dit, l'environnement naturel (Gourhan, 1950 :39).

Par ailleurs, Stéphane Vial nous rappelle qu'il ne faut pas tomber dans la technophobie, car le système technique ne s'avère pas autonome en soi. La technologie ne peut se défaire de la main de l'homme. C'est-à-dire que l'homme est dans la technique autant que la technique est dans l'homme. On ne peut penser l'un sans l'autre : c'est l'avant et le revers d'une même pièce. Kant remarquait déjà qu'une certaine tendance amène l'être humain, intuitivement, à se méfier des technologies. L'homme est anxieux face aux objets dont la compréhension le dépasse. Bertrand Gille précise cela plus en détails, en proposant une histoire comparative des techniques à travers différentes époques. Il conclut qu'à chaque changement technique effectué, correspond la manifestation d'une peur qui investit l'espace public (Gille, 1978). Mon travail a donc pour objectif d'éviter de mettre les technologies dans une catégorie afin de les intégrer dans l'environnement de l'homme. A partir du moment où l'on considère le milieu technique comme partie intégrante de la vie des individus, on cesse les pensées chimériques de la technophobie et la désignation virtuelle donc irréaliste des nouvelles technologies. Ce travail a pour intention, entre autres, de considérer le monde numérique, donc virtuel, comme étant réel. Pour ce faire, il convient de retracer historiquement la relation de l'homme et de la technique.

Bernard Stiegler et d'autres philosophes s'intéressant notamment aux techniques affirment que celles-ci façonnent notre rapport au monde. On ne peut penser l'homme sans sa relation à ses congénères, ni sans sa relation au milieu naturel et technique (Stiegler, 1994). À l'heure où l'environnement se « technicise » de plus en plus, comme le montre Frédéric Kaplan, les objets de tous les jours (réveil, montre, thermostat) ont tendance à devenir des objets-interfaces. Autrement dit, ce type d'objets enregistrent les comportements et les données physiologiques de leurs utilisateurs moyennant une intelligence artificielle qui tente ensuite de prédire leurs comportements (Kaplan, 2009).

Encore, selon Vial, « être c'est technaître » (Vial, 2013 :146), c'est une fusion entre le fait d'exister et le fait d'avoir des techniques qui structurent notre rapport au monde. Le numérique est considéré en tant qu'il fait partie de la culture, comme milieu et comme matériaux. Vial affirme que l'expérience est le fait de la perception et que cette perception est construite dans son interaction avec le phénomène (Ibid. :108-109). Dès lors que la perception est modifiée par la technologie numérique,

l'auteur est en droit de penser que la technique structure la perception (Ibid. :99). D'un point de vue phénoménologique, il faut réfléchir à ce rapport entre la technique et la perception de telle sorte que la technique est une autre réalité qui s'offre à ma perception.

Par conséquent, le numérique et les techniques sont des choses qui se donnent à ma perception. Bachelard avait déjà compris que la science, dans le but de faire apparaître des phénomènes, devait inventer des machines pour rendre ces phénomènes apparents (Bachelard, 1965). Il a nommé ce processus le concept de phénoménotechnique. Dès lors, selon l'auteur, la recherche scientifique doit créer et construire des phénomènes plutôt que les décrire. Vial reprend l'idée qu'il y a un pouvoir phénoménologique dans la technique, c'est-à-dire : la possibilité de faire apparaître ce qui est réel. C'est pourquoi des techniques différentes engendrent des perceptions différentes. Heidegger dirait : « Une manière différente d'être au monde ».

Ainsi, bien avant l'émergence de la technologie numérique on remarque une accoutance entre technique et perception. Si je prends en compte uniquement la dimension visuelle, une pièce m'apparaîtra différemment selon qu'elle soit illuminée par une bougie, une lampe incandescente, une étincelle de briquet, des flashes photographiques, une boule à facettes, une lampe électrique ou led, etc. Toutes ces techniques d'illumination modulent différemment ma perception de la pièce et donc mon rapport au monde à celle-ci.

B) L'avènement des villes et l'origine de l'écriture

Puisqu'aujourd'hui les sociétés occidentales ont un mode de vie principalement urbain, j'aimerais revenir à l'époque de l'invention des villes. Mon intérêt pour ce sujet est dû au fait que la naissance des premières villes (cités) est concomitante avec l'avènement des premières formes d'écriture. Le philosophe Michel Serres affirme que l'émergence de l'écriture a permis aux individus de « faire société ». Avant cette invention, on parlait davantage de clan, de tribu ou de village. C'est avec l'émergence des villes que l'on situe l'invention de l'écriture et ensuite de la monnaie. Serres va même jusqu'à affirmer que sans écriture, il ne peut y avoir de cité. Selon le philosophe, l'invention de l'écriture a pour conséquence l'invention du droit, de l'État, de la science et de la monnaie (Serres, 2007). Pourquoi revenir si loin dans le temps ? Ce n'est pas naturellement que j'ai décidé de comprendre les conséquences de l'écriture sur les hommes. En outre, j'aborde l'invention de l'écriture pour mieux comprendre la raison pour laquelle Michel Serres définit l'avènement du numérique comme une révolution tout aussi remarquable et importante que l'invention de l'alphabet (Serres, 2007).

Si je me réfère à l'article de Céline Masson, « L'écriture est un voir. Construction du psychique », j'apprends que l'écriture prend sa source dans un acte de volonté, un désir de communiquer (Masson, 2005 :287). En reprenant les travaux de l'historien français spécialiste de l'écriture cunéiforme, Jean-Jacques Glassner, elle met en évidence que les Sumériens ont mis en place un système sémiotique qu'ils

caractérisent comme l'art du scribe, la tablette irisée de signes d'écriture, le calame et le moule à tablettes. Toujours selon Glassner, le sumérien dispose de deux verbes pour dire l'acte d'écrire. Premièrement, *sar* signifie « aller vite et droit » et *hur* quant à lui, « tracer des traits, dessiner ». Le premier entre dans le mot composé *dubsar*, « scribe » et le second évoque, certes, le geste du scribe, mais il dit surtout, tout au long d'une tradition plurimillénaire, « le tracé des lignes de la main ou le présage que les dieux inscrivent sur un support » (Glassner, 2000 :140, Ibid.). Ensuite, Glassner fait intervenir Levi-Strauss dans son argumentation en ce que celui-ci indique que les Nambikwara se servent d'un mot pour désigner l'acte d'écrire qui est « faire des raies ».

Si l'on revient à l'étymologie des mots grec *gráphein*, « écrire » a pour équivalent l'anglais *to carve*, « graver, sculpter », le latin *scribere* est à rapprocher du grec *skariphastai*, « gratter, graver ». Ainsi, Glassner nous apprend que ces faits comparatifs vont dans le sens de *hur* pour dire « écrire » au quatrième millénaire avant J-C en Mésopotamie. Ce qui nous mène à penser les rapports entre le scriptural et le pictural en tant que « l'écriture est une expérience de tracé de traits et des relations entre les traits » (Derrida, ibid. : 283,). Les Sémites de Mésopotamie, dit les akkadiens, choisissent donc des mots désignant « aligner, tracer des lignes », et font usage d'autres mots qui peuvent avoir le même sens, « effleurer », « scarifier, inciser », « estampiller » ou « imprimer ».

Pour le faire de l'écriture, celle-ci nécessite un support, une surface pour s'inscrire et représenter des signes. Pour les Mésopotamiens, le véritable papier est l'argile (Masson, 2005 :284). La matière du support donne sens à la forme que les signes graphiques adoptent. Les premiers textes sont écrits sur de l'argile, la pierre étant réservée à l'enregistrement d'évènements importants. « L'association entre le signe et la tablette remonte à la genèse même de l'écriture » (Masson, 2005 :288). Pour écrire, les Mésopotamiens se servent d'une tige de roseau appelé un calame dont une extrémité se présente sous forme cylindrique, l'autre étant taillée en biseau. L'écriture cunéiforme naît donc de « la difficulté de reproduire sur de l'argile fraîche avec un calame, tout en cherchant la meilleure adéquation du calame à la matière du support (Glassner, 2000 :159, Masson, 2005 :289).

Si l'on continue de manière chronologique, l'alphabet hébraïque présente quant à lui trois différentes formes d'écriture. La première est l'écriture assyrienne, dite sacrée (*ktav achouri*) où chaque lettre est interprétée en fonction de sa forme, de sa valeur numérique et de son image originale qui a été préservée par le nom même de la lettre (Masson, 2005 :290). Dans cet ordre de pensée l' *aleph* (correspondant au A) a une forme d'homme qui marche, son image est la *tête de taureau* et désigne la force, l'énergie, l'être humain, ensuite, le *bèt* (B) signifie *maison* et désigne l'intériorité, l'accueil, le couple, l'intimité, etc. (Ibid.).

Ensuite, toujours selon Masson, la seconde écriture est l'écriture cursive qui permet d'écrire rapidement, elle est employée pour les textes non liturgiques trouvant son origine d'une écriture plus ancienne appelée protosinaïtique. Celle-ci constitue la troisième forme d'écriture, la plus ancienne date de l'époque où les lettres étaient constituées par des images (Ibid.). La simplification de cette écriture a

donné ce que l'on nomme *ktav ivri* ou écriture hébraïque (Ibid.). Dès lors, les kabbalistes se réfèrent souvent à l'image de la lettre. Cet alphabet dérive des hiéroglyphes égyptiens et note une écriture sémitique qui correspond à la fin de l'esclavage des Hébreux en Égypte (Ibid.) Donc, cette écriture protosinaïtique se compose de pictogrammes (dessins) qui ont une valeur de consonne (Ibid.). De cette écriture dérivent l'écriture cananéenne, araméenne, paléohébraïque et hébraïque, le nabatéen, l'écriture grecque, arabe, le latin et l'étrusque jusqu'à nos alphabets modernes. Selon Masson, la découverte de cette écriture et notamment ce lien lettre-image consiste dans l'importance d'une mémoire d'image qui sous-tend chaque lettre et chaque mot. Ainsi, il existe une forme graphique originale des lettres, une forme-image entre le pictogramme et le signe (Ibid.). Dès lors une mémoire picturale sous-tend chaque lettre.

Ensuite, en affirmant que les signes naissent d'un rapport entre la marque et la chose qu'elle représente, l'écriture première dispose de deux moyens pour sa réalisation, l'imitation et la convention (Ibid. : 291). Les Sumériens dessinent des objets concrets comme les parties du corps humain. Il y a trois sortes de représentations en fonction de l'objet en entier, d'une partie de celui-ci ou qu'elles en offrent une image abrégée (Ibid.). La majorité de ces signes sont simplifiés et schématisés. Par ailleurs, ils dessinent également des signes qui ne présentent aucun rapport avec le réel et se distinguent par un haut degré d'abstraction, grâce à des conventions (Ibid.). Ils manipulent ces signes en les associant dans des combinaisons variées pour créer d'autres signes (Ibid.).

Si les Sumériens débutent par représenter le réel avant de dessiner une chose, il s'agit en premier lieu de l'identifier et de la nommer, l'isoler de son contexte et de l'élaborer en concept (Ibid. : 292). L'écriture démontre une élaboration qui suppose un véritable travail sur la chose en ce sens qu'il n'y a pas une écriture arbitraire des choses retranscrites (par exemple, la tête seule sert à représenter un mammifère). La ressemblance passe dès lors au second plan, ce sont les procédés de la métaphore et de la métonymie qui priment :

« Les Sumériens, d'après Glassner, n'ont pas pour objectif d'imiter d'emblée la réalité (...) Leur préoccupation n'est pas de comparer un signe et une chose pour savoir si le premier est la représentation de la seconde mais « d'établir la validité de ressemblances instituées, car les signes d'écriture sont les marques visuelles d'analogies invisibles » (Glassner, 2000 : 201-202, Masson, 2005 : 292).

La genèse de l'écriture est cette mise en lien entre le signe visuel (la figure) et la langue (le mot) et ce désir de visualiser ce qui reste plié dans l'image (Masson, 2005 :292). A Sumer, écrire consiste à dessiner la figure et le mot, joindre le mot par la figure. L'écriture permet le détachement des mots du

signe visuel, elle est alors un autre langage. Toutefois, dès son invention, le système d'écriture appartient au monde de l'image ainsi qu'à celui de la langue tout en ayant le souci de l'advenu du signe graphique dissocié alors du dessin (Masson, 2005 :292). L'écriture se singularise par rapport aux différentes techniques inventées par l'homme, car son apprentissage se fait par la parole et suppose une distance réflexive (Masson, 2005, p.293). Il y a deux hypothèses quant à sa fonction au sein de la société. Premièrement, elle est envisagée comme un outil de comptabilité à visée économique et administrative. Elle répond à une nécessité de gestion au service du progrès de la civilisation urbaine. Ensuite, la seconde hypothèse suit la proposition de J. Derrida pour lequel la genèse de l'écriture serait liée à « l'inquiétude généalogique » et au besoin de « classification sociale » étant donné que la mémoire orale connaît des limites dont l'écriture permet de s'affranchir (Masson, 2005 :293). Dès son invention, l'écriture appartient au monde de l'image, mais elle se plie à la rigueur abstraite des signes linguistiques (Masson, 2005 :295).

L'évolution des écritures linéaires depuis les écritures Suméro-akkadiennes (moins 3 000), le phénicien (écritures de consonnes), l'alphabet grec, voit progressivement le langage écrit se subordonner au langage verbal, phonétique et linéaire. Avant l'alphabet grec et l'invention des voyelles, la main était créatrice d'images et de symboles qui n'étaient pas nécessairement en rapport avec le langage verbal. A l'origine, l'écriture conserve une vision pluridimensionnelle. En effet, la main inaugurerait un rôle dans la création d'un mode d'expression graphique qui « équilibre » le langage verbal. Ensuite, parce que le dualisme verbal-graphique disparaît, l'homme dispose d'un appareil linguistique unique qui servira d'instrument d'expression et de conservation de la pensée. Dorénavant, l'écriture n'est plus qu'un moyen d'enregistrer phonétiquement le déroulement du discours en éliminant les images qui lui étaient associées pour plus d'efficacité.

Freud voit dans la représentation des mots une conception qui lie la verbalisation à la prise de conscience (Masson, 2005 :305). Écrire, c'est tenter de reprendre la parole pour dire ce qui ne peut cesser de parler, le murmure par lequel le langage en s'ouvrant devient image, la présence de l'absence, à l'absence comme absence. Écrire, c'est user du langage pour entourer la chose, la dompter et la faire devenir image, redevenir figure visible, c'est-à-dire contour formel (Masson, 2005, p.307). L'écriture tente de contrôler le débit de la langue, son rythme, tente de traduire un regard, une respiration, le battement pulsionnel d'une existence singulière. Écrire, c'est toucher, prendre contact avec la réalité intérieure. (Masson, 2005, p.308).

« La langue [...], et plus encore l'art, assurent un accès immédiat à ce qui est le plus propre à une société » (Leroi-Gourhan, 1973, p. 241).

On remarque donc que la thèse de McLuhan tient toujours. Masson nous montre ici qu'il a fallu détacher l'écriture du monde des images pour qu'apparaisse l'alphabet que l'on utilise toujours aujourd'hui. Selon McLuhan, la segmentation du savoir est une illusion rendue possible par l'isolation, par l'alphabet et la typographie, du sens de la vue. Selon lui, pour se développer, la science a dû attendre le processus d'abstraction contenu dans le langage écrit de l'alphabet grec.

C) Des civilisations techniques

A l'issue de ce chapitre, je vais tenter de juger de la pertinence du concept d'ontophanie en le confrontant à l'histoire. Pour ce faire, je vais dresser un panorama, certes, sommaire, des époques techniques sous l'angle de la maîtrise de la matière et de la transmission d'informations.

Pierre Lévy pose que notre civilisation est passée par trois grands stades techniques afin de maîtriser la matière (Lévy, 1994 :52). Le premier, certainement apparu lors du néolithique, se réfère à la technologie dite « mécanique » (outils, armes, instruments, etc.) qui nous a disposé à l'élevage et à l'agriculture, autrement dit, la sédentarisation.

Ensuite, arrive la technologie « chaude » qui couvre un immense pan de notre héritage, en effet, c'est à la fois la maîtrise du feu, la métallurgie, la machine à vapeur, la chimie et la thermodynamique jusqu'au nucléaire. En somme, tout ce qui par la simple production d'éléments, nécessite une création d'énergie. Enfin, l'avènement du numérique (1930) a permis l'apparition de la technologie dite « froide », autrement dit, ce sont les nanotechnologies, le contrôle des microstructures, le ciblage moléculaire, la génétique etc. Michel Serres mentionnera d'ailleurs : « Autrefois la nature était notre mère, aujourd'hui elle est notre fille » (Serres, 2007). La manipulation de la génétique permet d'inventer une nouvelle espèce ou une nouvelle variété en seulement quelques jours pendant qu'il fallait plusieurs générations pour la sélection artificielle, et des millions d'années pour la sélection naturelle (Lévy, 1994 :53).

Ensuite, si on revient aux techniques développées par l'homme pour contrôler la réception et la diffusion de l'information, une division tripartite semble de nouveau s'opérer. Il faut donc s'intéresser au couple support/message. Premièrement, les techniques somatiques impliquent la coprésence physique du destinataire et du destinataire, ils sont dans un engagement, une sensibilité et une dépense d'énergie (société orale). Dans ce cas, le support est le corps humain qui s'exprime, ce type de message, bien entendu, n'est jamais reproductible à l'identique.

Par la suite, viennent les techniques médiatiques ou molaires, celles-ci fixent, reproduisent et permettent une meilleure diffusion dans l'espace et le temps d'un message somatiquement produit. Par ce procédé, c'est la première fois qu'on extériorise la pensée. Ainsi, le support devient le papyrus ou le livre par exemple et permet de garder un message à l'identique. Ces techniques molaires recouvrent les premières formes d'écritures, les premières peintures rupestres jusqu'au support analogique tels que le vinyle ou la photographie argentique. Comme on a vu lors du précédent point, c'est avec l'apparition des techniques

médiatiques que les villes s'érigent.

Enfin, les techniques numériques sont l'aboutissement absolu du montage également appelé la computation. Le numérique permet donc une meilleure reproduction et diffusion de l'information, mais surtout, il permet de l'engendrer, de la modifier à volonté grâce à un contrôle total de ses microstructures (Ibid. :58).

Ces infrastructures communicationnelles et les technologies intellectuelles sont en étroite relation avec l'organisation économique et politique. Lorsque des révolutions concernent l'information et son support, les civilisations basculent et se mettent en place de manière nouvelle (Serres, 2007). Dès lors, nous pouvons légitimement penser que l'étendue de la révolution du numérique n'en est qu'à ses balbutiements.

D) Le système technique

Par souci de clarté, il me semble important de clarifier quelques notions. En effet, je dois définir la notion de système technique avant d'en parcourir les diverses successions au cours de l'histoire humaine. Le système technique est un ensemble de réseaux d'interdépendances et de relations qui se combinent afin d'atteindre une cohérence et de former un système. Il semble que selon B. Gille la technique a une capacité à faire système et c'est un fait d'histoire structurel, c'est pour ça qu'on qualifie la technique de systémique (Vial, 2013 :62-63). Si on veut faire une histoire des techniques en Occident, il faut faire une histoire des révolutions techniques c'est-à-dire celles des systèmes techniques (Ibid. :68). À cet effet, il convient de dresser un inventaire de la machinisation car celle-ci reflète l'histoire des techniques en Occident.

Il semble qu'il a fallu plus de quinze siècles pour sortir du système technique de l'Antiquité. La machinisation débute à la Renaissance avec la révolution prémécanique où les machines de bois sont actionnées par la force de l'eau. Cette époque est celle de la bielle-manivelle et de l'imprimerie.

Postérieurement, arrive la première révolution industrielle qui, quant à elle, voit ses machines en métal propulsées par la force de la vapeur et du charbon. Par la suite, la seconde révolution industrielle voit naître des machines électriques et des machines à moteur.

Enfin, on arrive aux machines numériques en réseaux. Cette machinisation suit une dynamique pluriséculaire qui inscrit l'Occident à l'âge classique dans une logique du progrès permettant de dépasser les blocages des systèmes techniques anciens (Ibid. :66).

« Avec la machinisation, le temps technique s'accélère, la durée de vie des systèmes techniques se réduit, les innovations s'enchaînent et les révolutions techniques sont de plus en plus fréquentes » (Ibid.).

Toutes ces révolutions ont en commun d'introduire à chaque fois un nouveau règne des machines qui amènent automatiquement un changement complet de système technique (Ibid. :68). On peut donc

compter trois grands stades techniques où la première révolution machinique est celle qualifiée de prémécanique issue de la renaissance. La deuxième est la révolution mécanisée de l'époque industrielle. Enfin, la troisième est la révolution numérique.

McLuhan ajoute dans son livre *comprendre les médias* qu'aujourd'hui, l'homme à prolonger son système nerveux grâce aux technologies de l'information et de la communication. Ce prolongement a débuté avec l'invention de l'écriture pour devenir assez significatif à la révolution de Gutenberg pour arriver au numérique qui permet une ubiquité et instantanéité de l'information. Les deux premières révolutions étant des extensions de notre corps ont eu pour conséquences d'alléger la charge de travail et de l'effort physique lié à la production et surtout de la rendre plus performante. La dernière révolution est inédite dans le sens où l'ordinateur automatise l'effort mental, c'est-à-dire, qu'il prolonge notre cerveau (McLuhan, 1968 :78). Toujours selon McLuhan, après plus d'un siècle de technologie de l'électricité, c'est notre système nerveux lui-même projeté sur l'ensemble du globe, abolissant ainsi l'espace et le temps, du moins en ce qui concerne notre planète (Ibid. :31).

McLuhan parvient à ces constatations, en conceptualisant le terme « médias » ou « médium » dans une signification très large, il en résulte tout ce qui prolonge nos sens ou notre corps. Pour lui, le médium façonne et influence la portée message, c'est lui qui transmet le message de manière explicite ou implicite, concrète ou abstraite, directe ou indirecte (McLuhan, 1968). Par ailleurs, si lui aussi affirme que les technologies façonnent notre rapport au monde, notre comportement, notre façon de penser ou de percevoir, dès lors que le progrès technologique semble exponentiel, notre « ontologie » ne sera jamais stable. Nous sommes en constante évolution et des « êtres » jamais fini, toujours en devenir et jamais achevés.

« Le message, c'est le médium » apparaîtra peut-être plus clair si l'on souligne que toutes les technologies créent petit à petit un milieu humain totalement nouveau. Les milieux ne sont pas des contenants passifs, mais des processus actifs » (McLuhan, 1968, p.21).

Selon des recherches récentes, le cerveau est un organe qui se modifie en fonction de l'utilisation que l'individu lui donne jusqu'à sa mort. Autrement dit, la synaptogenèse d'un sujet ayant surfé sur le *net* depuis son enfance sera radicalement différente d'un érudit du seizième siècle. Michel Serres parlera d'une révolution cognitive induite par le numérique. Celui-ci compare d'un point de vue technique que l'invention numérique impliquerait autant de bouleversement que l'invention de l'alphabet. Donc les révolutions culturelles de la Grèce antique, de la renaissance ou du siècle des Lumières seraient internes au processus mis en place par l'alphabet. Le langage induit par l'électricité traduit par le système binaire est un nouveau langage à proprement parler. Celui-ci inscrit l'alphabet dans son système et repose fortement dessus, mais il permet d'autres opportunités qui n'existaient pas avec l'ancien système comme la traduction en langage (codé) d'une vidéo, d'une photo ou d'une source sonore par exemple. C'est l'ultime média annoncé par McLuhan qui en son sein peut regrouper tous les autres médias existants.

(McLuhan, 1968 :112)

Le numérique a donc permis l'avènement des technologies froides (imprimante 3D). Pour revenir à la synaptogenèse, notre cerveau aujourd'hui, par les liens hypertextes, se voit également chercher différemment l'information. Nous naviguons donc à travers un cyberspace dont nous ne connaissons pas les limites en y cherchant un fragment de l'information qu'on pourra y trouver.

E) Les technologies sont-elles des outils ?

Selon Vial, il est réducteur de penser les techniques uniquement comme des outils. Elles ne sont pas exclusivement des outils puisqu'elles structurent la perception. Elles sont des appareils au sens que prescrit Benjamin, en effet, les moyens techniques sont des machines à « faire apparaître » le réel. Selon leurs puissances significatives, elles ont des moyens de faire apparaître le monde, et Vial les nomme donc : « appareils ontophaniques ».

Lorsqu'il y a des changements de systèmes techniques, ceux-ci sont suivis d'un changement ontophanique. Le monde qui nous entoure et la perception qu'on en a sont modifiés par les techniques qui nous donnent à voir ce monde. Ce qui nous entoure peut s'appeler un « environnement technoperceptif ». Ainsi, malgré nos organes perceptifs qui ne changent pas⁹, on ne perçoit pas la même chose selon les époques, en fonction des appareils techniques qui modifient notre manière de penser le monde. Ce sont des milieux ontophaniques, c'est-à-dire des milieux techniques qui offrent une dimension perceptive selon d'autres modalités. Dans les milieux techniques, où la technologie est très présente, il y a une dimension ontophanique forte. En effet, ces milieux ontophaniques structurent mon expérience du monde possible : c'est mon bain technoperceptif. Dès lors, des générations qui ont grandi au sein de milieux techniques différents vont, vraisemblablement, vivre dans des milieux ontophaniques différents. D'ailleurs, ces générations risquent de ne pas se comprendre, puisqu'elles ne perçoivent pas l'environnement de la même manière et ne relèvent pas nécessairement les mêmes choses (les mêmes saillances perceptives) dans un même environnement. Donc les technologies ne sont pas des outils mais bien des matrices ontophaniques.

Ainsi, si on résume tout ce qui a été développé précédemment, on peut admettre que le numérique a effectivement eu une incidence perceptive sur ses utilisateurs. Il a d'abord introduit un trauma sur notre expérience du monde en nous exposant à des perceptions inconnues, que l'on a nommées virtuelles. Mais ce mot pose problème, car il inclut des frontières sémantiques trop larges. Sa faiblesse découle aussi de son emploi systématique. Le mot a perdu l'essence de ce qu'il désignait au départ¹⁰. Ce terme a été employé à tort et a introduit dans notre imaginaire phénoménologique, des illusions. Cette illusion est le dualisme de l'ère numérique. Pour absorber ce « choc du numérique », on

⁹ Ou alors ils se modifient au rythme de l'évolution naturelle.

¹⁰ Au départ, le mot virtuel exprime une éventualité, une probabilité : « la course n'est pas encore finie mais ma moto est virtuellement première de la course ». Il faut considérer le virtuel en tant que potentiel d'une réalité.

a eu besoin de croire à un second monde. On a découpé le monde en deux, le virtuel, c'est-à-dire : le numérique, d'une part, en ligne et sur écran et, d'autre part, le réel physique, hors-ligne et hors écran (Vial, 2013 :124). Croire cela c'est faire, en quelque sorte, de la métaphysique. Il s'agit d'un jugement métaphysique qui débouche sur un jugement de vérité et donc sur une sorte de prescription morale. Le monde du simulacre et du cyberspace assigne le numérique hors du réel. Aujourd'hui, on consent que le virtuel ne soit pas forcément l'irréel. Les gens qui sont inscrits sur *Facebook* sont effectivement bien réels, d'ailleurs, les relations interactives que j'ai avec ma fiancée sont réelles et ont une incidence sur le monde physique et social.

« Nous avons longtemps débattu pour savoir si un ordinateur pouvait penser. La réponse est non. Ce qui pense, c'est le circuit total, circuit qui peut comprendre un ordinateur, un homme et un environnement. On pourrait tout autant se demander si un cerveau peut penser et, à nouveau, la réponse serait « non ». Ce qui pense, c'est un cerveau à l'intérieur d'un homme appartenant à un système qui comprend un environnement. Tracer une frontière entre une partie d'un système qui réalise la majeure partie du traitement des informations pour le système plus large, et le système auquel il appartient, revient à créer une entité mythologique qu'on appelle habituellement un « soi ».
(Witzeaele, 2006 : 11)¹¹

F) Milieu naturel, technique et social

L'homme ne prend conscience de son « être » que lorsqu'il est avec d'autres « êtres ». Il se reconnaît dans l'autre et avec l'autre. Ces autres s'inscrivent dans un milieu et ils en portent la marque. Cette marque influence les prédispositions génétiques des individus mais surtout la construction de leur monde social. La communauté se révèle par et dans le dispositif technique.

Il y a probablement une relation de « co-détermination » du technique et du social. La communauté s'est souvent vue révélée et accentuée par les dispositifs techniques bien qu'elle ne se réduise à l'effet de ses appareils sur le social. Il y a un rapport pragmatique entre notre ontologie et notre milieu naturel et technique. Le but ne sera pas de définir lequel est prégnant si tant est qu'il y en ait un. Notre rapport au monde est modelé par les moyens que nous nous sommes donnés afin de le maîtriser et de lui donner du sens. Ces moyens ont été façonnés par notre conception du monde, ainsi les outils portent en eux-mêmes les traces de notre ontologie.

On développe d'autant plus nos connaissances si les moyens pour y parvenir sont performants. Tout comme il est plus facile de pêcher avec un énorme filet de pêche qu'avec un harpon. La technique a été pensée dans le but de faciliter la tâche, mais elle est toujours subordonnée aux conceptions et aux interdits sociaux. Par exemple, puisque la forme géométrique ronde était réservée aux dieux, les Egyptiens n'ont pas exploité la roue alors qu'ils en avaient connaissance. Cela rappelle l'anthropologue

¹¹ Witterzaele cite Bateson mais ne mentionne pas dans quelle partie de *l'écologie de l'esprit* cette citation provient.

américain Herskovits qui estime qu'une culture est structurée autour d'un point fort qu'il nomme « foyer culturel », pour exemplifier son propos il cite les Todas, aux Indes, dont l'activité économique est centrée autour des soins prodigués aux buffles et au cycle du lait. C'est toute la vie religieuse et sociale qui gravite autour des buffles (Flichy, 2003 : 79).

Un peu par hasard, en lisant Alexandre Pollien, évoquant le travail de Pierre Sansot sur l'homme urbanisé, je prends acte du concept de « conaturalité » issu de philosophie merleau-pontienne. Sansot cite : « La conaturalité de l'homme et de la ville s'avère double : la ville produit autant qu'elle est produite, elle est humanisée autant que l'homme est urbanisé, c'est-à-dire que ce dernier est de la « même pâte que la ville ». Cependant, si les habitants sont exigés par la ville, il ne s'agit pas de conditionnement mais de genèse » (Pollien, 2007 : 6). Cette citation confirme, il me semble, mes positions théoriques. En effet, je pense que l'on est en droit d'élargir cette « conaturalité » au milieu social, naturel et technique.

Après tout ce qui a été évoqué, je réalise qu'il est incomplet d'étudier la technique comme processus isolé, il incombe de le replacer dans les cadres politiques, idéologiques, sociaux, culturels et économiques. Il faut concevoir la technique comme un fait social total, car il change toutes les structures de la société et pénètre dans toutes ses sphères (Vial, 2013 : 46-91). En effet, selon Jean-Louis Déotte, c'est l'âge démocratique, qui allie représentation et capitalisme, qui a libéré la logique technique de la contrainte des corporations médiévales, lesquelles suivaient les repères hiérarchiques et traditionnels d'un régime théologico-politique. Il aura donc fallu, comme le répète souvent Lefort, une perte des repères de la certitude et une désincorporation des pôles du pouvoir, du savoir et de la loi, pour que toutes les voies possibles de l'invention technique soient explorées et qu'à partir de ces inventions, des connexions inouïes entre les objets techniques s'imposent, générant de nouveaux ensembles techniques (Déotte, 2017 :4).

Ainsi, je conçois ces évolutions comme une tendance générale qui pousse la société dans une direction plutôt qu'une autre. Certes, dans chaque cadre, il est des forces opposées l'une à l'autre mais si l'on revient à l'histoire des révolutions, ce n'est jamais un seul pôle qui influence le reste, mais ce sont tous les pôles qui « vibrent » ensemble pour tendre vers une certaine société.

« Un nouvel objet technique arrive rarement seul. Il prend souvent place dans une grappe d'innovations. (...) Lorsqu'on veut examiner son développement ou son impact, il faut étudier le système dans lequel il prend place » (Flichy, 2003 :68).

L'innovation technologique est un repère, ainsi que d'autres processus, indiquant que la société change. Selon beaucoup d'intellectuels, ce qui s'est fortement métamorphosé dans notre société est le domaine de la visibilité. La perception de notre environnement n'est pas innée : cette perception est plutôt orientée, influencée, modelée par les éléments culturels (McLuhan, 1968 :43).

G) Conclusion

Comme on l'a vu, le sensible est rejoué constamment en fonction des appareils ontophaniques qui nous font apparaître les objets présents. Le concept d'ontophanie nous permet d'aborder la question de la technique sous l'angle de phénoménologie (Vial, 2013 : 29) et on a vu qu'elle structure inévitablement la perception (Ibid. p.99). La prépondérance du régime du visuel a pris le pas sur les autres sens depuis l'invention de l'écriture. Avant cette société de l'image, les sociétés occidentales ont au préalable surinvesti l'œil, en des termes freudiens : ont dit de l'être humain qu'il est un être « scopique ». Lorsqu'on aborde cette mise en avant de l'image au regard des évolutions techniques et technologiques, le développement de la vue va s'accompagner, à partir du XVe et du XVIe siècle, d'un ensemble d'interdits visant les gestes et le toucher (McLuhan, 1968). Le passage de la parole au visible se fait vers le XVIe siècle avec Copernic. L'astrologue remet le dogme du verbe (au commencement était le verbe) en question en trouvant la vérité par le voir. Dès lors, il ne s'agit plus d'avoir aveuglement confiance en la parole écrite. Le passage de la légitimité de la parole au voir, reflète et exprime un autre déplacement : celui des gestes et du touché dans le manuscrit, aux signes et aux lettres dans l'imprimerie. Au fur et à mesure que les gestes du corps se restreignent, la vue prend le pas (Elias, 1997). Benjamin voulait quant à lui mesurer le rôle de la technique dans la psyché et la construction de l'individu. Ensuite, McLuhan s'est intéressé aux supports de la communication. Celui-ci disait que la culture du manuscrit met en jeu le corps, les gestes et l'ouïe. Dès 1956, il a discerné des bouleversements sociopolitiques et psychologiques, propres à son époque, qui mettent dorénavant en jeu la visibilité. Lorsque les rapports entre les sens changent, les hommes changent. Les individus sentent et perçoivent donc avec les technologies qui leur sont contemporaines. Les individus sont désormais vus ou perçus au travers de médiations techniques.

On suppose qu'avant on privilégiait le sonore et surtout la parole : au commencement était le verbe ! Beaucoup d'auteurs considèrent que le régime de l'image s'est modifié et a pris davantage de poids (social) à partir des années soixante. Le prochain chapitre aura pour objectif de rendre compte de la pratique de l'autoportrait en fonction de l'évolution des techniques imageantes au regard de l'évolution de la place accordée au corps pour chaque période définie.

IV. Généalogie de la photographie

A) Introduction

Selon Harper, le sens ou la signification d'une image correspond à la façon dont l'esprit humain l'enregistre. Cependant, l'image ne connote jamais de la même façon qu'un mot. Pour ces raisons, les sémioticiens s'accordent sur le fait que la connotation d'une image se situe au niveau des symboles et de la façon dont ils opèrent sur l'esprit (Harper, 2012 : 117). Si le langage fonctionne, c'est parce qu'une société s'accorde à donner une signification particulière à chaque mot. Dès lors, derrière cet accord, réside tout un système de grammaire, de syntaxe et de sémantique. Harper nous explique que tous les mots ont une double caractéristique, ils ont un sens, une signification et ils sont aussi connotés d'une certaine manière. Cette connotation permet au mot de se voir attribuer un sens qui dépasse sa simple définition (Ibid.). « La connotation se réfère en partie à la lentille culturelle que nous utilisons pour interpréter une image » (Ibid. : 118). Ainsi, en tenant compte de ce qu'il vient d'être dit, je trouve cela intéressant de considérer la manière dont nous réceptionnons un selfie. Y a-t-il une réception spécifique du selfie par rapport à la réception d'un autoportrait « classique ».

A ce moment du travail, j'aimerais confronter mon terrain à la théorie. J'ai fait le pari d'expliquer le selfie au travers de l'évolution de la mise en scène de soi dans le portrait et dans l'autoportrait. Selon moi, le selfie a un héritage avec l'autoportrait. De plus, j'ai pour objectif de mettre en évidence les liens entre la mise en scène de soi et l'environnement technique d'une société. Je souhaite donc appréhender l'évolution, s'il y en a une, de la séduction du début du XIXe jusqu'au début du XXe siècle et, conjointement, j'aimerais fournir une clé de lecture centrée sur l'évolution du rapport au monde des individus en fonction des médiums qui les entourent.

Dans ce chapitre j'expliquerai mes choix méthodologiques. Il peut paraître alambiqué d'analyser les processus de séduction au regard de la manière dont les individus perçoivent leur corps. Ce corps lui-même perçoit et vit en fonction de l'évolution de l'appareil photographique et des autres médiums. Premièrement, je vais expliciter les raisons pour lesquelles j'ai entrepris d'aborder la séduction.

Au cours de mes conversations avec les « pratiquantes » du selfie les mots « séduisante », « attirante », « sexy », « belle », etc., semblaient à eux seuls justifier le partage d'un autoportrait sur les plateformes. La beauté éprouvée de soi-même au travers d'un cliché paraît un élément primordial à la publication de celui-ci. Cependant, mon étonnement ne résidait pas tant dans cet aspect du processus. Il me semblait en effet « normal »¹² de choisir la photographie où l'on apparaît sous « son meilleur jour ».

¹² Même si j'y reviendrai plus tard afin de montrer que j'ai été moi-même victime de l'air du temps quant au discours qui consiste à soigner son apparence. J'ai manqué de discernement, j'ai pensé pour acquis un fait social qui n'est que le résultat d'une lente évolution et construction sociale (voir chapitre IV. B).

Dans un premier temps, cette façon d'évoquer la séduction, uniquement en matière d'apparence physique, m'a interpellé. Selon moi, la séduction fait également intervenir l'humour, l'intelligence, la manière de parler, etc. Lors de mon terrain, mis à part le caractère « marrant » d'un selfie, l'élément explicatif primordial quant au choix d'un cliché plutôt que d'un autre était la beauté (de soi-même) éprouvée.

J'ai choisi de faire intervenir d'une part, la littérature historique et d'autre part, la littérature actuelle sur ce concept très peu étudié en science humaine. La lecture des travaux de l'historien George Vigarello m'a été très instructive, car sa démarche considère que l'espace du corps permet de saisir une culture au sens large (Vigarello, 2003). Autrement dit, la manière dont les individus sentent, gèrent, vivent et expérimentent leur propre corps est révélatrice d'une certaine sensibilité, d'une culture.

L'enjeu de ce détour historique sera de mettre en lumière que l'évolution de la séduction est le résultat d'un long processus toujours en cours. Par conséquent, j'aimerais établir la continuité du passé avec le présent. Je pense que si j'arrive à approcher les dynamiques qu'ont suivies les différents processus de séduction aux cours des deux derniers siècles cela sera bénéfique pour une meilleure compréhension de ce qu'il en est aujourd'hui.

Je distinguerais quatre périodes relatives à l'évolution technique de la photographie. Je suis du même avis que David Berliner en sachant qu'il n'y a jamais de rupture radicale entre un « avant » et un « après ». Toutes les pratiques sociales ne disparaissent jamais d'un coup, elles se transforment, plus ou moins brutalement, mais elles perdurent toujours d'une manière ou d'une autre (Berliner, 2012b). J'essayerai de rendre compte de ce dynamisme quant à la place laissée au corps, à la mise en scène de soi et des processus de séduction au travers des quatre différentes périodes. Afin de rendre efficacement compte de ces quatre périodes, je les introduirais brièvement en m'efforçant de mettre en évidence l'environnement socioculturel dont elles dépendent (technologies, cadre légal, dimensions économique, scientifique, ou encore idéologique, etc.). Evidemment, je m'attarderais davantage sur les techniques de la communication et de l'information.

Sans prétendre à l'exhaustivité, mon historiographie commencera par le début du XIXe siècle jusqu'à la fin de celui-ci avec l'invention du premier Kodak (1888) ne nécessitant plus de « connaissances techniques » afin de faire fonctionner l'appareil photographique. La deuxième période s'étendra à partir de l'introduction de cet appareil jusqu'à l'invention du premier appareil qui permet un visionnage quasi immédiat de la prise photographique : le Polaroid (1942). Ensuite, la troisième période relatera le lendemain de la Seconde Guerre mondiale jusque-là photographie mobile. Enfin, la dernière période qui constitue quant à elle un chapitre entier (V) et commencera donc par l'invention du Smartphone jusqu'à nos jours.

B) Epoque prémoderne

1) Contexte social, économique, politique et technologique

Mon historiographie débute au XIXe siècle juste après la Révolution française et les guerres napoléoniennes. Nous sommes à l'aube de l'invention de l'appareil photographique. La société française a commencé son entrée dans l'industrialisation. C'est une période de chamboulement des catégories sociales. La reconnaissance de la bourgeoisie en tant qu'élite sociale est neuve. En effet, depuis 1750 la France voit par poussées successives la montée des couches moyennes que l'on nomme dès lors, la bourgeoisie (Freund, 1974 :11). En 1789, la Révolution française introduit un nouveau régime politique dissolvant les anciens privilèges de l'aristocratie et de la royauté. L'instabilité politique se poursuit jusqu'à l'avènement de la république en 1870 via la Déclaration des droits de l'homme attribuant chaque individu au statut de citoyen. Malgré le fait que la France du XIXe siècle soit marquée par une grande instabilité politique, son élite bourgeoise va s'enrichir progressivement, car c'est le lieu d'une grande révolution économique marquée par l'introduction des machines dans la production économique.

Par ailleurs, autre élément majeur concernant l'innovation en ce début de siècle est l'arrivée du train en France. Alors que les chemins de fer se développent plus tôt et plus rapidement au début du XIXe siècle au Royaume-Uni, en Allemagne, en Belgique ou en Suisse, la France prend du retard à cause des guerres napoléoniennes (1803-1815). Les projets de reconstruction exigent de lourds investissements qui feront obstacle à la création des premières lignes qui sont d'abord de courtes distances (Palau, 1995). Ces dernières servent à relier des villes voisines ou à donner aux cités minières et industrielles un débouché vers une voie navigable. De surcroît, la France dispose d'un réseau routier (routes royales et départementales) et surtout d'un réseau de canaux et d'une batellerie bien développés (Ibid.). Il semble également que les mentalités ne soient pas encore prêtes à ce changement de mode de transport (Ibid.). Ainsi, dès le départ, il y a eu une mauvaise réception de la population à l'introduction de cette nouvelle machine. Mais comme on l'a vu lors du chapitre III, d'après Bertrand Gilles, la peur est une réaction systématique face à une innovation.

C'est la bourgeoisie, en comprenant les possibilités offertes par ce nouveau moyen de transport qui est la première à investir dans ce secteur. Ainsi, tant bien que mal, le train s'accommode petit à petit dans l'esprit des gens comme un moyen de transport efficace et pour la première fois, une machine engendre une modification dans le rapport au temps et à l'espace (Caron, 1997). Parallèlement, le télégraphe optique de Chappe est déjà bien fonctionnel et assure une communication entre un point A distancié physiquement d'un autre point B beaucoup plus rapidement que le système postier de l'époque. Ces deux inventions redéfinissent le lointain et celui-ci semble se rapprocher (Ibid.).

D'un côté, les moyens de production sont en constante augmentation. D'un autre côté, l'avènement du chemin de fer à partir des années 1823 permet une meilleure circulation des marchandises donc, l'un dans l'autre, cela engendre inévitablement une augmentation des richesses de

la part des détenteurs des moyens de production (Ibid.). A cette époque s'opère une progressive urbanisation des villes (surtout à Paris), les paysans de métier commencent à désertier les milieux ruraux afin de devenir des ouvriers en ville. Cet exode rural va redéfinir en profondeur les rapports entre les individus et créer une nouvelle classe : celle des prolétaires.

La ville est donc le théâtre de migrations importantes. Ces migrations sont le résultat d'un exode rural, lui-même dû à deux facteurs. Il y a d'une part la forte période d'industrialisation que connaît l'Europe¹³ à cette époque et d'autre part, un rejet de la campagne à la suite de la crise agricole (Vandermotten, 1998). La ville représente alors le symbole de l'industrialisation puisqu'elle est un lieu de concentration d'emplois, de moyens de transport, etc. C'est en 1830 que la France entre dans le modèle économique du capitalisme industriel et, bien qu'ayant coexisté, elle voit ses manufactures remplacées peu à peu par des entreprises industrielles (Freund, 1974 :18).

Pour conclure, en Europe, c'est le siècle des révolutions industrielles. Elles vont bouleverser le paysage européen et apporter d'immenses richesses, mais aussi casser les anciennes structures sociales (fin de l'aristocratie française et naissance du prolétariat). Enfin, c'est le siècle où ses élites intellectuelles vont transformer l'Europe en un immense chaudron dans lequel vont bouillonner toutes les idées et tous les arts. Ses savants, ses artistes, ses intellectuels vont porter la recherche technologique, la recherche scientifique, la recherche artistique et la recherche des idées à un niveau jamais atteint auparavant.

2) Les réceptions de la photographie

C'est dans un contexte d'effervescence intellectuelle que la photographie est rendue publique, quinze années après son invention par Niepce, le 15 juin 1839 (Ibid. :21). L'Académie des sciences prend en charge l'initiation et l'explication de ce nouvel appareil au peuple, toutefois, les dix premières années cette invention reste cantonnée à l'élite scientifique et artistique (Ibid. :23). Dès son introduction, la photographie est accueillie avec enthousiasme par le monde intellectuel français malgré quelques réticences à ses débuts et lors de son invention (Naivin, 2016 :26). On y voit un objet permettant de capter le réel en dehors de toute subjectivité. Qualité essentielle selon les scientifiques qui poursuivent la quête de la raison pure.

« Ce nouveau médiateur mécanique du visible qu'est l'appareil photographique est alors une invention positive dans un siècle positiviste qui pourra servir tout logiquement dans les sciences (...) »

(Ibid. :25)

Pour la première fois, la bourgeoisie a la possibilité de financer des portraits peints d'eux-mêmes, privilège qui était jusque-là réservé à l'aristocratie (Freund, 1974 :11). Ces portraits s'accordent aux conceptions esthétiques et artistiques de la noblesse (Ibid. :12). Cependant, la bourgeoisie adopte un nouveau format sur lequel s'inscrira leur portrait : le portrait miniature. Celui-ci selon Freund, répond

¹³ L'Europe Occidentale est selon moi, la France, la Grande-Bretagne, l'Allemagne, la Suisse et le Bénélux.

au besoin de la bourgeoisie d'exprimer son culte de l'individualité tout en devenant plus accessible financièrement (Ibid. :12).

Suite à la Révolution française, et lorsque la bourgeoisie est bien établie, le portrait miniature se voit remplacé à partir des années 1850 par le portrait photographique. Les raisons de sa disparition semblent principalement économiques. En effet, tout en étant conforme aux goûts esthétiques et aux budgets des commanditaires, le photographe est en meilleure mesure que l'artiste peintre de répondre aux demandes (Ibid. :13). En effet, Freund considère que c'est avec l'avènement de la photographie que le portrait entame sa lente démocratisation (Ibid. :21).

Ainsi, depuis que l'industrie et le commerce prospèrent, la petite bourgeoisie¹⁴ s'étend et la bourgeoisie moyenne acquiert une influence considérable dans la société. Dès lors, après les classes dominantes se sont les petits bourgeois qui s'accaparent la pratique du portrait photographique devenant leur nouveau « moyen » d'autoreprésentation conforme à leurs conditions économiques, idéologiques et esthétiques. C'est un renouveau considérable de l'art de l'autoportrait, car pour la première fois, il survit non pas grâce à une clientèle aristocratique ou religieuse, mais grâce à une masse d'individus (Ibid. :22). A mesure que les villes s'agrandissent, de plus en plus d'individus ont dorénavant la possibilité financière de s'offrir un portrait d'eux-mêmes. André Rouillé quant à lui avait établi une relation entre l'apparition des grandes villes urbaines et l'apparition de la photographie. Celle-ci, selon cet auteur, illustre les grands chantiers urbanistiques de la fin du XIX et du début du XX (Naivin, 2016 : 24).

Les premiers photographes sont les artistes portraitistes qui se sont fait évincer par la photographie. Ceux-ci s'étaient multipliés significativement aux cours du XVIIIe siècle dans l'art du portrait à l'huile, miniature ou gravé afin de répondre à la demande croissante de la haute et moyenne bourgeoisie (Freund, 1974 :35). Ces artistes-artisans assurent, dès les balbutiements de la photographie, et seulement pour une quinzaine d'années, une grande qualité malgré les nombreuses imperfections des appareils (Ibid. :36). Selon Freund et Benjamin, la qualité des clichés va aller en décroissant les décennies suivantes en raison des améliorations techniques conférant une relative autonomie du médium, et conjointement, la substitution des artistes-photographes par des photographes professionnels (Ibid. :48).

Gisèle Freund remarque que pendant près d'un demi-siècle la photographie et ses portraits sont privés du statut d'art. Au vu des progrès techniques exponentiels et de la rationalisation économique,

¹⁴ Dans ce cas, j'adhère à une définition marxiste de la petite bourgeoisie qui définit ce groupe social occupant les catégories socio-professionnelles telles qu'artisans, petits commerçants, boutiquiers, ou petits agriculteurs propriétaires.

Freund affirme que c'était dans l'air du temps de penser l'homme comme de plus en plus assujéti par sa machine et donc, de ne reconnaître ni subjectivité ni sensibilité artistique au travers de ses clichés (Freund, 1974 :48). Si la machinisation progressive de la société engendre des individus de plus en plus désaffectés (Stiegler, 2012), la réponse des artistes peintres et littéraire que l'on qualifera de moderne sera de se revendiquer d'une intériorité propre et d'une sensibilité propre. Conséquentment, ils érigent une esthétique du fugace et du transitoire, contre la stabilité et la tradition incarnée par l'art classique. Les peintres pensent d'ailleurs que la photographie peut remplir ce rôle de « simple » représentation. Si la société tend vers un absolu rationnel, la réaction artistique est de revendiquer une subjectivité propre non quantifiable (Muller & Elgar,1979 :7-9).

Durant le Second Empire (1852-1870), tandis que la bourgeoisie française continue son ascension sociale grâce au tournant libéral mis en place par Napoléon III en 1860 (Carpentier & Lebrun, 2000 : 282-284), le métier de photographe portraitiste se multiplie. Il est désormais possible de faire fortune dans ce domaine (Freund, 1974 :58). Disderi fut le premier homme d'affaires dans l'art de l'autoportrait. Il a su se plier aux conditions économiques du plus grand nombre en réalisant des petits portraits photographiques à un prix dérisoire. En effet, le portrait à cette époque était encore cher et donc réservé à l'élite bourgeoise (Ibid. :60). Il apparaît que la photographie est devenue le moyen d'expression typique d'une société établie sur la civilisation technicienne, avec la conscience des buts qu'elle assigne et de l'esprit rationaliste fondée sur une hiérarchie des professions. Plus que tout autre moyen, la photographie est apte à exprimer les désirs et les besoins des couches sociales dominantes, à interpréter à leur façon les événements sur la vie sociale (Ibid. :6).

3) Quand la culture devient consommation

Durant cette période c'est une autre révolution culturelle qui s'opère. En effet, à partir des années 1835, avec Emile de Girardin, la presse trouve de plus en plus de lecteurs. Il y a plusieurs facteurs dont évidemment le taux croissant d'alphabétisé dans la société. Mais surtout, c'est d'une part, l'intronisation de la publicité dans le journal et, d'autre part, les améliorations progressives des techniques des presses à imprimer le papier qui font descendre significativement les coûts de production (Durand, 2012 :5). Il faut attendre la moitié du siècle pour que le journalisme devienne une véritable industrie. Le métier de journaliste et les agences de presse firent donc leur apparition. Durant cette période, la presse connut un essor considérable soutenu par les progrès techniques tels que l'invention de la presse rotative en 1860 (Chupin, 2009 :43). À Paris, le tirage global des quotidiens passe de 36.000 en 1800 à un million en 1870. Conjointement, les grands hebdomadaires régionaux se créent. L'histoire de la presse au XIXe siècle est également marquée par « Le Petit Journal », premier journal français « à sensation » lancé par Moïse Polydore Millaud en 1863. Celui-ci est le premier journal à fidéliser près d'un million de lecteurs en annulant la forme de l'abonnement et en instaurant le roman-feuilleton. A la fin du XIXe siècle et au

début du XXe, les journaux occupaient une position de monopole qui fut ensuite bouleversée par l'apparition de nouveaux médias : la radio et la télévision.

C'est également à cette même époque (1860) que l'art et le théâtre gagnent en popularité grâce aux photos des œuvres et des acteurs (Freund, 1974 :61). La photographie fonctionne comme une publicité des œuvres ou des acteurs. Le portrait quant à lui se popularise et devient le symbole de la démocratie en s'installant sur les cheminées aux côtés des hommes politiques et des acteurs favoris. Dès lors, un bon photographe est celui qui avec son appareil « sait montrer la grandeur du bourgeois en habit noir » (Ibid. :69). Pourtant, la plupart des ventes des photographes demeurent encore des clichés de vedettes car, avant 1860, il n'existe pas encore de droit sur la photographie (Ibid. :84). Ainsi, le premier mouvement du droit à l'image s'amorce cette même année et érige enfin le statut d'œuvre d'art à la photographie et donc les droits d'auteur en vigueur s'appliquent désormais. Rappelons que les premières lois promulguées sur la photographie datent de 1850 et avaient pour but d'interdire les photographies de nus et/ou à caractère pornographique (Ibid. :85). Enfin, à la fin du XIXe, le progrès technique permet un essor considérable du métier de portraitiste dans tous les pays industrialisés (Ibid. :87). C'est donc tout en mouvement de promotion culturelle qui engage la haute société. L'essor de la presse et de ses critiques d'art publicise un mouvement de consommation culturelle.

4) La rupture photographique américaine

Bertrand Naivin a remarqué ces premiers photographes que Freund nomme artistes-artisans, cependant, lui, il les nomme des ingénieurs-artistes. Néanmoins, il explique qu'il est une différence d'utilisation de ce nouvel appareil en France et aux Etats-Unis. Selon lui, en Europe, le photographe se définit en tant qu'ingénieur-artiste. Il se définit à la manière du peintre en affirmant une maîtrise technique et compositionnelle de son image (Naivin, 2016 : 31). Dès lors, la photographie est liée à la peinture par son contenu. Entre les années 1850 et 1860, les photographes ont tenté d'imiter les peintres dans la composition, les jeux de lumière de l'image (Freund, 1974 : 68). En Europe la photographie à des liens évidents avec le passé (Naivin, 2016 : 26). Au début, l'homme reste absent de la photographie au profit de la ville, du sujet médical ou du site archéologique, urbanistique, touristique, etc. Toujours selon Naivin, les Européens étaient conditionnés par leur tradition visuelle et anthropocentriste :

« La machine reste au service de l'homme, et révèle autant sa maîtrise technique que son regard cultivé. Ainsi, le temps de la pose et de la capture de l'image lumineuse par l'appareil répondent alors à celui du peintre(...) » (Ibid. : 43)

Selon Bertrand Naivin, c'est donc aux Etats-Unis que la séparation symbolique du binôme ingénieur-artiste qualifiant le photographe se fait. Ce dernier ne revendique plus un savoir, une technique ou une culture, mais plutôt un regard, une attention au monde et aux gens. « La modernité de la photographie réside alors en ce qu'elle affirme le privilège du regard sur la main (Ibid. : 34, citant J.

Rancière). L'américain R.W. Emerson dit d'ailleurs : « (...) l'artiste s'écarte et vous laisse vous peindre vous-même » (Ibid. : 30). A partir de cette rupture avec la longue tradition picturale issue de la peinture et avec la scientificité, de nouvelles normes esthétiques se mettent en place. L'historicité, si chère à la peinture, se voit écartée au profit d'une prise « sur le vif » tandis que l'artiste paraît s'effacer derrière la machine photographique (Ibid. : 42). Dorénavant, seul le regard compte et c'est le déclencheur qui s'érige en acte (Ibid.).

Par cette rupture dans la manière de concevoir la photographie, l'auteur considère que la naissance d'un œil photographique se produit aux Etats-Unis en se distinguant de la picturalité européenne fortement influencée par la peinture. Le but des photographes américains est de plonger dans la réalité la plus directe et plus frontale possible du monde et de la vie moderne (Ibid. : 43). Dès lors, deux changements majeurs s'opèrent. Premièrement, une nouvelle voie s'ouvre lorsque le photographe quitte les limites spatiales du studio-atelier, grâce à la transportabilité de plus en plus facile de leurs appareils, et culturelles de l'histoire de l'art en s'ouvrant au monde. Ainsi, ce que l'auteur nomme une « photographie photographique » se capte lorsque l'opérateur prend en compte le banal de l'existence sans le réécrire. Deuxièmement, puisque l'on prend compte du présent, celui-ci semble remplacer un passé « muséifié ». Enfin, la photographie américaine semble résolument moderne en ce qu'elle embrasse totalement ce nouveau régime temporel de l'instant propre aux villes industrialisées et de plus en plus mécanisées, ainsi qu'une volonté de démocratiser tant les sujets que la production d'images elle-même. Désormais, l'artiste sort dans la rue et « tout et tout le monde » peut « être » et « faire image » (Ibid.)

« L'œil américain est alors un œil photographique qui préfère le peuple et l'instant de son regard aux références savantes et historiques. C'est donc tout naturellement qu'en même temps qu'elle allait « purifier » le photographique d'une « europanéité » picturale et savante, l'Amérique allait donner naissance à la figure de l'« amateur » qui allait bouleverser peu à peu la définition même de l'image et de l'« artiste ». » (Ibid. : 46).

Les bourgeois sont donc de plus en plus exposés à leur portrait et aux portraits de leurs connaissances. De même qu'avec l'essor de la presse et de l'introduction du roman-feuilleton, afin de fidéliser les lecteurs, ce groupe commence à prendre conscience de lui-même et à constituer un imaginaire collectif (Anderson, 1996). Dans un même processus, la presse et la photographie participent à l'éclosion, certes, encore timide, d'un imaginaire commun. Selon Freund, il y a des « relations qui rendent les expressions artistiques et la société dépendantes l'une de l'autre, et comment les techniques de l'image photographique ont transformé notre vision du monde » (Freund, 1974 : 5). Toujours selon elle, l'importance de la photographie ne réside donc pas seulement dans le fait qu'elle est une création, mais dans le fait surtout qu'elle est un des moyens les plus efficaces de façonner nos idées et d'influer sur notre comportement (Ibid. :7).

On verra dans le prochain chapitre que ces mêmes conditions d'améliorations techniques de l'appareil photographique entraîneront la disparition progressive du métier portraitiste lors du XXe siècle. Par contre, c'est dans la suivante partie que l'on verra la « réelle démocratisation » du portrait. Bientôt, même les ouvriers pourront s'offrir un portrait d'eux-mêmes.

5) Retour sur la notion de séduction

Bien que la notion de séduction soit peu définie en sciences humaines, les auteurs l'emploient souvent dans leur sens commun sans réflexivité tant méthodologique que théorique (Boetsch & Guilhem, 2005 : 180). Elle est souvent traitée par les historiens ou les littéraires par des typologies peu pertinentes d'une image type de la séductrice (courtisanes vénitiennes) ou du séducteur comme Don Juan (Ibid.). La démarche anthropologique va à l'encontre de celle-ci qui n'amène que confusion de sens et vide de significations quant à l'usage individuel et collectif de la séduction. Selon les auteurs, cette confusion provient du fait que la séduction se retrouve associée à d'autres notions telles que la sexualité, le fantasme, l'érotisme, la drague ou le charme (Ibid.). Il semble donc nécessaire, dans un premier temps, d'isoler cette notion afin de la confronter, dans un second temps, aux autres notions.

En s'inspirant des travaux de Canto-Sperber, il semble que la séduction se construit sur une invention de l'individu par lui-même dans l'image qu'il choisit d'endosser afin de susciter un lien avec l'autre sexe (Ibid. : 181). Ainsi, le fondement de la séduction relève de la création d'un personnage fictif. C'est un jeu avec l'autre qui est une réalité construite, une mise en scène pour plaire. D'ailleurs, le vêtement, l'intonation de la voix, la posture choisie relève tout d'une stratégie pour plaire (Ibid.). Selon ces auteurs, la séduction se fonde sur une image corporelle façonnée par certains traits culturels comme au travers de l'art de parler ou de chanter, par un mode d'exécution des techniques corporelles comme la danse ou à travers des pratiques esthétiques comme le maquillage (Ibid.). La séduction serait donc l'art de présenter des choses qui s'épuisent dans le jeu des apparences, qui enchantent et disparaissent (Gauthier & Jeffrey, 1999 : 108). Baudrillard affirme que l'espace de la séduction est l'apparence, du moins la superficialité de l'apparence (Ibid. : 109). Toujours selon Baudrillard, la construction de la séduction serait traversée par un système de représentations qui vont s'incorporer dans un mouvement, afin de le rendre signifiant. Le passage de cet univers symbolique dans la réalité vécue se réalise par un jeu codé ou un « simulacre des apparences » (Boetsch & Guilhem, 2005 : 181). Ainsi, la séduction est toujours le lieu de multiples codifications sociales. Enfin, si la séduction s'élabore sur des normes à la fois sociales et esthétiques qui fournissent un cadre de références et de symboles dans une société donnée, elle est par conséquent évolutive, car, elle est dépendante et demeure soumise aux canons esthétiques et aux codes tels que le vêtement, la bienséance et la mode d'une société donnée (Ibid. : 182).

Selon ces auteurs, le charme doit être distingué de la séduction, car ce premier ne relève pas d'une attitude codifiée. Ils conçoivent que le charme relèverait d'une « aura » pensée comme naturelle,

mais qui n'est ni spontanée, ni immédiate et dont pourtant ayant un effet comparable à la séduction (Ibid. : 181). En ce qui concerne le rapport entre séduction et sexualité il s'avère étroit. Si la séduction est souvent comparée à un jeu amoureux, elle n'a pas forcément une finalité sexuelle bien qu'elle s'élabore sur une mise en valeur de parties du corps - grâce à des artifices mettant en valeur les attributs sexuels.

6) Une brève histoire de la beauté

Avant d'aborder les formes culturelles de la séduction, je pense qu'il serait bénéfique de faire au préalable une brève histoire de la beauté à l'aide de George Vigarello. Partant de la Renaissance, il affirme que la beauté devient spécifiquement féminine, en se figurant sous les traits de Vénus. Celle-ci est influencée par le néo-platonisme où l'ordre esthétique se construit en correspondance avec l'ordre cosmique (Vigarello, 2004 : 16). La beauté se voit donc hiérarchisée verticalement et donc moralisée. La valorisation de la beauté comme perfection divine est pour l'auteur un indice de celle du statut féminin. Cependant, l'acte de s'embellir est assimilé à un usage malhonnête, ce qui n'empêche aucunement une diffusion sociale de ces artifices (Ibid. : 19). Au XVIIe siècle, les critères se complexifient, les mots et leurs sens se nuancent et la beauté devient expressive en s'animant, s'autorise au mouvement (Ibid. : 24). Cependant, l'idée d'un seul modèle possible de beauté demeure, même si l'approche de cet idéal évolue vers moins de contemplation et plus de transformation de soi (Ibid. : 26).

En effet, selon l'auteur, la rationalité cartésienne modifie la perception de l'apparence qui n'ayant plus de lien avec le divin, peut désormais être remodelée par l'idée raisonnable (Ibid. : 22). Ainsi légitimé, l'artifice se développe malgré une méfiance persistante et ses fonctions s'étendent jusqu'au domaine du maintien. La beauté s'éprouve de plus en plus au Siècle des Lumières, l'esthétique se singularise en développant le registre du sensible et du relatif. L'artifice s'impose comme un auxiliaire censé favoriser une personnalisation de soi (Ibid. : 25). Ainsi valorisée, l'activité que l'on nommera de maquilleuse se professionnalise.

J'ai opté pour la démarche de Vigarello parce qu'il suggère que l'espace du corps permet de saisir une culture au sens large (Vigarello, 2003b). Selon lui, la bouche est un exemple probant pour ce propos. Le repère classique de la beauté chez une femme est une bouche très petite parce qu'elles n'ont pas le droit de se laisser apparaître de l'intérieur. Dans une même logique, la femme ne doit pas non plus parler trop fort, ne doit pas rire, bref, elle ne doit pas avoir des comportements qui donnent le sentiment qu'elle soit trop libre à l'égard des choses du monde (Ibid. : 5). De plus, les vêtements d'une part, contraignent la taille et d'autre part, s'évasent très largement en bas ce qui engendre une interdiction aux femmes, tant sociale que « physique », d'exercice, de jeu et de mouvement. Elles présentent une « beauté immobile » (Glon & Van Dyk, 2009 : 9). Si la femme a toujours la ceinture serrée, sa poitrine

quant à elle prend plus d'importance, du fait de l'attention croissante, amenée par la médecine, portée à la respiration. Ainsi, à partir de 1840 peu à peu le corset va laisser place au mouvement, à l'exercice et à la tonicité (Ibid. : 10).

Toutes ces normes actent dans le même sens : la femme doit avoir une petite bouche et rester immobile, c'est-à-dire, être belle, mais discrète. On remarque donc, que c'est pour ces raisons intégralement sociales, que l'on opte pour un critère esthétique plutôt qu'un autre. Vigarello présente ainsi une histoire sociale « où s'énoncent dans les gestes et les mots quotidiens, les critères d'une esthétique physique directement éprouvée, ceux de l'attraction et du goût » (Vigarello, 2004 : 10). En effet, aujourd'hui il est presque une injonction à la bouche d'être sensuelle (Vigarello, 2003b :5). En traversant deux siècles, on perçoit un changement d'univers culturel, dans le cas des lèvres, on est passé d'un « impératif » de discrétion à un atout qu'on maquille afin de donner plus d'épaisseur ou un aspect pulpeux (Ibid.). Enfin, ce qui est essentiel de comprendre, c'est la façon dont on invente des objets qui qualifient la beauté. Ils correspondent à des sensibilités culturelles (Ibid.).

Selon Vigarello, il est un changement perceptible à partir de la moitié du XIXe siècle. Les images se multiplient et circulent de plus en plus ce qui engendre progressivement une modification dans la perception de la beauté et du corps de la femme (Ibid.). Dorénavant, les images de célébrité de théâtre ou de chant circulent davantage. Leurs portraits photographiques commencent à se diffuser et participeront aux changements dans la façon d'éprouver la beauté. Un autre changement majeur à relever est le fait que les individus, surtout les hommes « s'accordent plus d'autorisations à l'égard de leur propre désir » (Ibid.).

Ce qui est significatif selon Vigarello est que le XIXe siècle va s'autoriser à faire progressivement plus de place au nu. Bien que le nu existe depuis la renaissance l'auteur le considère comme un nu académique. Toujours selon lui, la grande originalité à partir de la deuxième moitié du XIXe siècle, c'est qu' « on va installer le nu dans le comportement » (Ibid. :6). Il compare Nana, objet du désir de tant d'hommes dans le livre de Zola, et Vénus qui reste l'héroïne inaccessible des tableaux. Nana quant à elle est accessible et se présente comme l'objet d'un désir concret d'un certain nombre d'hommes (Ibid.). Vigarello voit au travers de ce geste du XIXe la volonté de suivre la sensibilité moderne, d'abandonner les vieilles crispations et les vieux repères. L'impératif de savoir être à la fois plus libre, plus proche de ses désirs et accepter davantage ce qui tient en « nous ». Dorénavant, la vision de la beauté se sépare de toute référence divine. Elle s'associe à une finalité fonctionnelle, incluse dans une réflexion anthropologique plus large.

Aussi, la beauté devient-elle, à la fin du XIXe siècle, d'ordre public, révélatrice de l'état de santé d'une « race » (Vigarello, 2004 :121). L'auteur poursuit en analysant la « beauté désirée » du Romantisme qui

accentue le registre de l'intériorité en associant l'apparence à un dévoilement de soi tant pour les femmes que pour les hommes, du moins les dandys. Dans les années 1870, les corps s'élancent et deviennent beaucoup plus longs (Vigarello, 2003b, p.6) L'idéal esthétique n'est donc plus une donnée acquise, mais une conquête et concerne désormais l'ensemble du corps, érotisé et aminci (Vigarello, 2004 :95). Ainsi un véritable marché de la beauté commence à se développer. Ce sera l'objet du prochain chapitre où l'on verra une véritable industrialisation du marché de la beauté.

De manière parallèle, les revues mettent en scène les nus dans des gravures et utilisent des personnages du commun. Si on regarde attentivement ces mises en scène, on remarque une évolution du nu et celui des années 1850-1860 est un nu où la femme est relativement ramassée et engoncée dans son corset. L'auteur démontre en effet, que la place sociale des femmes trouve sa correspondance dans l'univers esthétique, que l'imaginaire de la beauté n'est pas anodin quant à la justification du rôle du féminin (Vigarello, 2004, p.11). C'est sans doute un signe là aussi de notre contemporanéité. En abordant la beauté en tant qu'invention humaine, sans cesse reformulée et normalisée, l'analyse se révèle en effet éclairante pour la compréhension d'une société et de ses dynamiques culturelles (Ibid. : 20).

« Ainsi chaque société produit des formes définies d'expression artistique qui, dans une grande mesure, sont nées de ses exigences et de ses traditions qu'elles reflètent à leur tour. » (Freund, 1974, p.7).

C) La modernité

7) Contexte social, économique, politique et technologique

Nous nous étions arrêtés à la fin du XIXe avec l'avènement du premier Kodak en 1888. Après un bref retour de l'Empire en France, celle-ci bascule dans le régime politique de sa troisième République. Attention, ce n'est pas encore une démocratie universelle puisque le droit de vote est confisqué par une petite tranche de la population. Les républicains sont enfin en mesure de mettre en place leurs projets politiques. En effet, l'école devenue laïque est rendue obligatoire. La même année, en 1881, les libertés de presses et de réunions sont également accordées. Ces deux projets vont engendrer un accroissement exponentiel du taux d'alphabétisation au sein de la société française (Carpentier & al, 2000 : 254-256). On remarque également un recul progressif de l'emprise de l'église sur la société française : le divorce est autorisé à partir de 1884 et les églises sont séparées de l'Etat en 1905 (Ibid. : 295). Ensuite, une innovation sociale majeure est l'autorisation de la constitution des syndicats qui va confirmer la position de l'ouvrier en tant que membre faisant partie de la classe des prolétaires en 1884. Ceci va permettre d'accroître les droits sociaux, les congés payés, le temps libre, un meilleur salaire, etc. On verra par la suite que tous ces facteurs auront une influence sur la société et sur la pratique photographique.

Parallèlement, l'électricité fait son apparition et permet l'invention d'abord de la radio, ensuite du cinéma, qui, comme on le verra, auront une influence considérable sur les sociétés occidentales. La société commence également à se motoriser, reconfigurant nettement les villes, car il va falloir construire un réseau routier pour les véhicules motorisés. Après la traction animale et la propulsion à vapeur, le tram devient électrique à la fin du XIXe siècle. A partir de ce moment, ce moyen de transport prend de l'ampleur et devient très fréquenté (Lambert-Dansette, 2009). Au début du XXe siècle, l'avion fait également son apparition. De plus, les projets urbanistiques visant à améliorer les réseaux des chemins de fer continuent.

La société se voit aussi fortement influencée par la science et surtout par la médecine. La réforme des hygiénistes implique la construction d'un réseau d'égouts (Bourdelaïs, 2001). On prend conscience de la bactérie grâce à Pasteur ce qui a progressivement induit un grand nombre de réformes sanitaires (Mory, 2001). D'une part, la société devient plus attentive à certains de ses comportements et d'autre part, il y a une plus grande facilité à se débarrasser de la saleté. En s'imbriquant l'un et l'autre, il résulte une forte diminution des mortalités infantiles et l'espérance de vie des individus s'accroît de manière significative (Ibid.). Cette influence exercée par la science sur la société fera l'objet d'une analyse plus détaillée dans la troisième partie de ce chapitre intitulé le corps face à la médecine.

1) Changement du paradigme photographique.

Comme annoncé dans le chapitre précédent, l'arrivée du premier Kodak sur le marché va reconfigurer en profondeur les métiers et la pratique photographique. Le Kodak participe ainsi au premier mouvement de démocratisation du faire-photographique. Dorénavant, celui-ci ne nécessite plus de « connaissances », mais uniquement de l'amusement (Naivin, 2016 : 47). En effet, la popularisation de l'appareil par le marketing nous apprend en somme qu'il nous suffit de cliquer et l'entreprise se charge de développer les clichés pris pour nous (Ibid.). Dès lors, on est passé de la maîtrise technique au récréatif ce qui implique un changement de public. La photographie n'est donc plus l'apanage des élites bourgeoises qui étaient les seuls à s'offrir les services d'un ingénieur-artiste (Ibid. : 48).

Selon Naivin, il y a une rupture dans l'acte imageant, car celui-ci n'a plus pour origine un cerveau qui pense, mais un œil qui voit (Ibid. : 49). Selon l'auteur, cette rupture a été établie aux États-Unis car le peuple y est plus pragmatique qu'en Europe. Il n'est désormais plus nécessaire de passer par l'interprétation de l'artiste pour révéler un « être-image » du monde et des hommes qui l'habitent. On confie ce travail à ce médium et le photographe Kodak (le *Kodaker*) se contente de son médium contre lequel il ne se bat plus, mais dont il se suffit (Ibid. : 52). Ainsi, l'auteur convoque le concept d'ontophanie largement abordé dans le troisième chapitre de ce mémoire. Si selon Vial chaque technique imageante engendre une manière particulière de voir le monde visible, alors le photographe voit le monde en photographie potentielle (Ibid. : 53). En effet, la technique particulière qu'est l'appareil photo produit, selon Vial, une ontophanie particulière, c'est-à-dire, un être au monde et aux autres inédits. Cette technique permet donc de révéler une façon particulière d'habiter le monde. Dès lors, comme on l'a vu précédemment, l'ontophanie de cette époque privilégie de plus en plus le présent par rapport au passé.

« La photographie apparaît dès lors comme un produit de cet œil américain qui se particularise par un pragmatisme machinique, un penchant pour la rapidité et la pratique et surtout pour l'établissement d'une véritable culture du banal. A l'artiste-ingénieur des premiers daguerréotypes et héliographes européens succède l'amateur américain et une esthétique du normal et du collectif »
(Ibid. : 54).

Un autre élément participe à l'établissement de ce nouveau paradigme. C'est l'essor du photoreportage du cours des années 1930. Celui-ci fait de la photographie une « pratique de terrain », embarquée dans un présent perturbé par la guerre, la misère, la faim, et finalement pour la vie dans sa totalité (Ibid. : 57). Ainsi, le terrain photographique est celui de la vie qui se conjugue désormais au présent. La photographie nous confronte à la réalité du monde dans son entièreté, de la plus dure à la plus banale (Ibid. : 61). Par cette image minimale, c'est l'affirmation d'un parti pris, celui du quotidien érigé en culture. Grâce à la pratique photographique, se confirme une nouvelle mythologie du présent et

de l'intime qui fait de la vie de tous les jours un territoire iconique à explorer (Ibid.). Le photographe américain aspire à une image prise sur le vif, une image sincère qui échappe au discours de l'artiste. Ces images sont pauvres esthétiquement et ne disent rien d'autre que l'instant photographié (Ibid. : 60). Le photographe « s'applique à montrer un présent qui même s'il est vécu par d'autres, devient le nôtre par l'optique photographique » (Ibid. : 58). C'est une vraie révolution, car le photographe ne part plus d'un concept pour l'illustrer par des portraits archétypaux mais, part au contraire de l'humain qui se présente devant lui. « Le réel devance l'idée, et non plus l'inverse » (Ibid.).

Enfin, grâce à la simplicité de l'utilisation, de l'automatisation de la prise et du développement de l'image, l'appareil Kodak, permet à la fin du XIXe siècle, de cristalliser la modernité photographique. Si le « *Kodaker* » semble incarner l'œil américain, c'est alors parce qu'il est la personnification de cette « photographie-photographique » qui établit l'instantanéité et la spontanéité comme nouveaux dogmes imageants (Ibid. : 61). En s'opposant à l'ingénieur-artiste, la simplicité et l'automatisme du médium photographique deviennent dès lors les fondements d'une nouvelle façon d'appréhender une vie qui se conjugue plus que jamais au présent. Cet auteur évoque un « *Being* » qui est à toute vitesse qui s'oriente tout naturellement vers l'image-minute du Polaroid (Ibid.) qui sera le sujet du prochain chapitre consacré à la postmodernité.

« Pendant la Renaissance, on disait d'un homme avisé « il a du nez ». A notre époque on dit de quelqu'un qui est au courant « il a l'œil », car c'est la vue qui est aujourd'hui le sens le plus sollicité. » (Freund, 1974, 203).

2) Vers l'avènement du corps

Dans ce chapitre je vais m'intéresser au corps en tant que perception sociale. Vigarello affirme que l'avènement du culte du corps est en relation avec l'avènement des loisirs. Le culte, dans son sens premier, est un honneur qu'on rend à la divinité. Le mot, selon cet auteur, est bien choisi, car avec les loisirs, se développe un intérêt pour le temps consacré à soi, pour son corps et des plaisirs accordés au corps. Selon Alain Corbin, l'avènement des loisirs débute vers 1850-1860. C'est aussi la période où les premiers trains de loisirs conduisent les bourgeois sur les villes balnéaires.

Au XIXe siècle s'opère une accélération de l'évolution des cadres temporels. Petit à petit, particulièrement dans les villes, le rythme des saisons perdent de leurs forces : « *Le rythme des jours se modifie du fait de la victoire du temps neutre, linéaire, celui de l'horloge* » (Corbin, 2000 : 164). Ainsi, le temps devient prévisible et peut donc être pensé et organisé. En accord avec le capitalisme industriel qui assoit son influence, il est un découpage du temps et une affectation des séquences de temps à une seule activité (Ibid.). La disponibilité disparaît progressivement au profit d'un emploi du temps construit.

Il n'y a plus de place pour l'ennui et le loisir devient actif et organisé. Cette densité constitue une véritable révolution des loisirs urbains. La société intériorise les représentations du temps engendrées par l'heure officielle de Greenwich en fin de siècle, l'horaire fixe des trains et la généralisation de la montre (Ibid. : 165). Corbin arrive aux mêmes conclusions que McLuhan à savoir que :

« *L'horloge mécanique, en somme, aide à créer l'image d'un univers numériquement quantifié et mécaniquement actionné. (...) Non seulement le travail, mais même l'heure des repas ou du repos en vinrent à se conformer à l'horloge plutôt qu'aux besoins du corps.* » (McLuhan, 1968, p.54)

3.1) Les Loisirs

Il semble que vers la fin du XIXe siècle, la pêche et la balade à vélo commencent à devenir un loisir courant à Paris. Cependant, Corbin évoque la difficulté de rendre compte des loisirs des classes inférieures, car il existe moins de sources écrites que pour les classes dominantes, les bourgeois. Il fait l'hypothèse que les loisirs sont nés d'une volonté de quitter la ville qui effraie et génère des pathologies d'anxiété et autres (Corbin, 2000 :166). Avec ses nouvelles échappées, le monde du loisir valorise davantage la lumière (contre le sombre de la ville) et le mouvement. De plus, les grandes références culturelles changent avec le triomphe du « citadin », et surtout, avec l'amorce du « temps libre », du tourisme, des randonnées. Selon Vigarello c'est à cette période que le muscle perd ses vieux indices ouvriers et que le bronzage perd ses vieux indices paysans (Vigarello, 2011 :175). Le corps peut enfin se penser « athlétique », mobiliser davantage d'investissement et occuper un temps qui ne lui était pas accordé avant. L'aménagement d'un temps et d'un espace spécifiquement dédié au non-travail est mis en place par une politique publique. Ce qui est nouveau n'est pas tant les vacances ou le repos dominical qui étaient déjà présents dans les sociétés antérieures, mais la nouveauté réside dans le fait que le congé est dorénavant laïcisé et payé (Ory, 2011 : 130). L'organisation des loisirs est née du fait que la société grâce à l'officialisation et à la compensation financière, à défaut d'être suffisante, contribue fortement à la naissance d'une culture des loisirs (Ibid.).

3.2) Le dévoilement de la nudité

On observe dans la société française une érosion progressive de la nudité. Anne-Marie Sohn, historienne française, qui s'est beaucoup intéressée à la sexualité, explique que le recul de la pudeur est lié à plusieurs facteurs.

Premièrement, il faut que les sujets s'affranchissent des conceptions religieuses de la sexualité qui interdisaient de se montrer entièrement nu même dans l'intimité du couple afin de promouvoir une sexualité à vocation uniquement reproductrice (Sohn, 2011, p.94). En effet, à la fin du XIXe, on commence à concevoir une sexualité pour le plaisir sans but reproductif. Bien que les effets des premiers

discours sexologiques soient mal connus, il semble néanmoins qu'ils ont contribué à sortir la sexualité du silence et de la honte (Ibid. : 103). Progressivement, le plaisir se retrouve légitimé et les tabous s'estompent. On assiste à un changement de mentalité (évoqué dans le chapitre précédent) où l'individu moderne accepte ses désirs et son propre plaisir.

Ensuite, Sohn, affirme que le mariage d'amour participe fortement au recul de la pudeur, en raison des exigences de séduction du partenaire sont une réalité nouvelle (Ibid. : 93). De plus, le corps dénudé commence à faire partie du quotidien lorsqu'en 1900 les premières publicités montrent des femmes dénudées. Celles-ci participent à la désacralisation du corps féminin en n'hésitant pas à montrer une femme en corset faisant sa toilette (Ibid. : 98). On remarque qu'après plus d'un demi-siècle de présence des annonces publicitaires dans les journaux d'informations, ceux-ci participent à l'élaboration d'une nouvelle manière d'appréhender le corps de la femme et de sa nudité. Dans une même logique, à partir de la Grande Guerre, le cinéma et la littérature contribue également puissamment à la normalisation des attitudes et comportements amoureux. En 1930, la sexualité n'est plus seulement suggérée, mais mise en scène (Ibid. : 95). Enfin, selon Sohn, le recul de la pudeur semble s'accélérer durant l'entre-deux-guerres (Ibid. : 94).

Toujours selon cette auteure, ce qui contribue également au dévoilement progressif des corps sont les effets conjugués de la mode et du tourisme balnéaire. Elle exemplifie d'ailleurs l'évolution du maillot pour appuyer ses propos. Sous le Second Empire, homme et femme vont se baigner en maillot très enveloppant et portent un peignoir par-dessus quand ils sont hors de l'eau. En 1900, les maillots deviennent plus légers et ne cachent plus les genoux ni les bras, mais ils ont toujours pour but de dissimuler les formes féminines par le motif des rayures bleues et rouges (Ibid. : 95). Après la Première Guerre mondiale, la culotte triomphe pour les hommes et le maillot une pièce pour les femmes. Le deux-pièces, avec culotte haute, fait même une percée sur la Côte d'Azur (Ibid.). En se muant dans les années 1930 en lieu de farniente et de loisir, la plage, qui plus est, invite à exposer son corps dénudé pour présenter le bronzage parfait, symbole désormais de vacances réussies (Ibid.). Parallèlement, et dans un même temps, les femmes avaient raccourci leurs robes et montré leurs jambes. Elles ont également troqué le corset contre le soutien-gorge, opté pour un maintien naturel, et réduit la lingerie à sa plus simple expression (Ibid. :96).

Dans les années 1930, les cyclistes adoptent la jupe-culotte, les randonneuses le short long et les séductrices le short court (Ibid. : 95). De manière générale, durant l'entre-deux-guerres, l'entraînement, constitue le premier travail sur l'intime. L'entraînement constitue une maîtrise des muscles et des mouvements, mais engage le sensible, l'intériorité (Vigarello, 2011: 175).

Enfin, les vacances fabriquaient de l'esthétique et le soleil pour sa part fabriquerait de l'énergie. « Se livrer aux rayons du soleil pour mieux en ramener une nouvelle séduction (citant une

publicité d'Helena Rubinstein¹⁵) » (Ibid.). C'est par l'insouciance et le plaisir que chacun s'améliorerait et donc, s'embellirait. L'apparence physique et le corps se modèlent, le « plein air » se cultive, tous les discours sont devenus évidents durant l'entre-deux-guerres, même si le public qu'ils concernent demeure encore « limité » à une tranche de la population, non comparable avec celui d'aujourd'hui (Ibid. : 176).

Sohn argue que le dévoilement public des corps féminins a eu un impact immédiat dans la vie privée. Ce spectacle innocent et admis tacitement par l'opinion a réhabilité le corps dans sa dimension sexuée (Sohn, 2011 : 95). A partir de là, la nudité s'est enfin développée dans les relations intimes. C'est à ce même moment que les premiers complexes féminins apparaissent, la crainte de ne pouvoir offrir à la vue de son partenaire une plastique irréprochable. Dès lors, depuis qu'hommes et femmes ne peuvent plus tricher avec leur corps, les canons de la beauté physique s'avèrent de plus en plus contraignants (Ibid.). C'est également dans les années 1930 que la chirurgie esthétique s'affirme progressivement chez les femmes (Ibid.). C'est un point qui va suivre lorsque l'on considèrera le corps face à la médecine. Nous verrons ensuite plus en détail les canons de beauté institués par les médias lors du chapitre consacré à la période postmoderne.

3.3) Le corps et la médecine

Selon les auteurs Anne Marie Moulin et Pascal Ory les rapports qu'ont entretenus la science et la société ont redéfini les conceptions du corps. Comme on l'a vu, il y a eu une amélioration de la maîtrise médicale entraînant un allongement de l'espérance de vie grâce à une meilleure connaissance en chirurgie, en pharmacopées et en prévention (Ory, 2011 : 130). Selon Ory, le changement de mentalité quant à la corporalité aux cours du XXe siècle a plusieurs déterminants. Les principaux vecteurs médiatiques sont les presses savantes, féminines, de mode, des soins de beauté, médicales populaires et, fin du siècle, les nouvelles presses masculines autant hétérosexuelles qu'homosexuelles. Mais également sur d'autres médias tels que les films, les romans, les émissions de radio, les programmes télévisés qui intègrent presque toutes vulgates scientifiques qu'elles soient d'ordre de la physiologie, de la psychologie, des nouvelles conceptions de l'univers de la physique (Ibid. : 131).

Dans un monde où le marché domine, les entreprises cosmétiques commencent à s'inscrire dans le paysage économique sans problème. Les premières entreprises internationales entièrement vouées aux cosmétiques, depuis la production jusque-là commercialisée, voient le jour vers 1900. Avec un argumentaire hérité de l'hygiénisme, l'industrie de la coiffure joue sur le même plan que son homologue, en mettant en avant la propreté et la santé (Ibid.). En effet, dorénavant, le corps est le lieu où l'on doit

¹⁵ Fondatrice de la société de cosmétique éponyme fondée en 1903

s'efforcer de paraître en bonne santé (Moulin, 2011 : 19). Dans son ensemble, la société tant vers une meilleure hygiène corporelle. Au regard des statistiques de consommation d'eau, de produit dermatologique, de shampoing, durant l'entre-deux-guerres, il est une accélération significative d'une désodorisation corporelle (Ory, 2011 :142). Bien que celle-ci, selon Alain Corbin, se soit initiée à partir de la fin du XVIIIe siècle, elle prend davantage de poids social au XXe siècle.

Pascal Ory avance également l'hypothèse que si la chirurgie a fait tant de progrès cela tient d'une part, en termes techniques et d'autre part, en termes de visibilité sociale, car l'imbrication des deux termes a participé à l'accroissement économique de celle-ci (Ibid. : 137). Cette évolution dans les mentalités est sans doute liée au progressif dénuement des corps, particulièrement celui du corps féminin, engendrant une relativisation du rôle de la cosmétique et justifiant le recours à des interventions chirurgicales à partir du moment où il s'agit d'exhiber une partie, voire, la totalité de son anatomie (Ibid.). Dès lors, la chirurgie a fait de grands progrès après la Première Guerre Mondiale.

Ce n'est qu'au XXe siècle que le corps singulier fait son entrée dans la science, mais aussi dans le droit. C'est la première fois que l'individualité de la personne est liée à l'intégrité d'un corps en tant que tel (Moulin, 2011, p.26). Désormais, l'individu sent, explore et comprend grâce à son corps qui n'est plus la source d'un mal, le lieu des passions et de l'animalité incontrôlable. Comme on l'a vu, au XXe siècle, on est en droit de penser à faire évoluer son corps et son apparence, c'est aussi le siècle qui a apporté de l'attention à la singularité de la personne incarnée et a approfondi davantage son autonomie (Ibid.). En plus de cette intervention croissante de la médecine sur le corps, celle-ci développe des techniques d'exploration intérieure du corps de plus en plus précises et participe donc aussi à l'accroissement de la prolongation de la vie (Ibid. : 68). Par ailleurs, la science va tendre au monopole des corps et du dévoilement des secrets médicaux. Le savoir va progressivement infiltrer l'imaginaire public et sera illustré par une imagerie puissante qui a concrétisé ces nouveaux pouvoirs. Elle se trouve donc, en partie, légitimée par la technique qui, dans ce cas, fait gage de savoir (Ibid.). Cette nouvelle imagerie est la conquête intérieure des corps. En effet, les premières techniques afin de voir à l'intérieur du corps sont opérationnelles et vont avoir une influence considérable. Le corps intérieur trouve une individualité intrinsèque en dehors du visage, de la peau et des empreintes digitales. Moulin affirme que c'est la découverte de l'ADN qui va participer à ce changement (Ibid.). En effet, selon les principes de l'ADN, chaque corps est unique avec ses particularités et ses prédispositions génétiques.

Néanmoins, les patients désirent reprendre leur corps en main. Ils semblent lassés du monopole sur le savoir exercé par la médecine et surtout du rapport de pouvoir qui en résulte (Ibid. : 67). Ainsi, par un idéal de double transparence exprimé par une transparence du corps à soi-même et une transparence dans les décisions de société, l'éveil des consciences s'amorce. Jusque cette période l'auteure affirme qu'il y avait un certain embarras populaire à appréhender un intérieur perçu comme différent de ce qui s'offre en surface, au regard des autres, le moi-peau étant le seul véritable porteur

d'individualité (Ibid. : 69). Une fois de plus, la technologie prend ici son sens en tant que vecteur d'une nouvelle représentation du sujet (Ory, 2011 :139). Selon Ory, la vraie détermination réside dans l'autorisation de l'attention à soi, dont témoigne, en même temps qu'elle la génère, l'évolution des médias (Ibid.). On trouve également les prémisses du mouvement de reconquête du corps au travers de « *l'exploration freudienne de l'inconscient [qui] a représenté une tentative pour réintroduire la personne en son propre corps. Aujourd'hui, le corps tout entier paraît plus accessible et relié à l'expression d'un « je ».* » (Moulin, 2011 : 69). De plus, rappelons-nous, Freud disait déjà en 1930 que l'homme est un être scopique. C'est-à-dire qu'il a privilégié le sens de la vue au détriment des autres sens.

Pour conclure, Ory pense que les représentations et les pratiques se déterminent l'une et l'autre et se confondent. Le XXe siècle n'a cessé d'être le témoin d'une dynamique des idées reçues quant au rapport au corps engendrant un bouleversement jamais égalé en si peu de temps (Ory, 2011 : 158). Dès lors, il avance l'hypothèse « qu'il n'y a pas de corps potentiellement autonome avant le XXe siècle » (Ibid.). Toujours selon cet auteur, toute l'histoire du XXe siècle est l'inversion plus ou moins rapide, plus ou moins complète des valeurs puritaines (Ibid. :140). A savoir, le corps, influencé par le changement des valeurs morales, à tendance à se détendre de ces contraintes puritaines qui lui assignait un certain maintien, une certaine modestie de regard, une lenteur de déplacement et une certaine distance avec le corps d'autrui (Ibid.). Tous ces déplacements résulteraient d'un processus d'égalitarisation et d'indifférenciation apporté par les nouveaux systèmes aux soubassements démocratiques (Ibid. :141). De plus en plus, le présent se trouve valorisé et devient un moment à vivre.

D) La postmodernité

8) Contexte social, économique, politique et technologique

Cette période débute après la Seconde Guerre mondiale. Je pense qu'il est inutile de retracer les horreurs que le monde a subi durant ces six années de guerre totale. Cependant, il est important de rappeler que le monde occidental est entré dans une nouvelle phase économique depuis les années 1930. En effet, le capitalisme productiviste qui incarne le XIXe et le début du XXe siècle se retrouve dans une impasse, celle de ne pas trouver une clientèle suffisante par rapport au nombre de marchandises fabriquées. Dès lors, la préoccupation des grands industriels de l'époque est donc de créer le marché, c'est-à-dire, trouver des clients potentiels. Ainsi, progressivement, au XXe siècle la consommation n'est plus uniquement réservée à la bourgeoisie et le prolétaire devient un consommateur. Afin d'amortir les énormes gains de productivité induit par le Taylorisme et d'éviter ainsi la surproduction industrielle¹⁶, le prolétaire est en droit de convertir sa force de travail en pouvoir d'achat. Le mot d'ordre n'est plus de fabriquer, mais de vendre et cette logique sera largement relayée par les médias de masse, condition nécessaire aux marchés de masse¹⁷.

Cet exemple est incarné par le dirigeant de l'entreprise automobile Ford qui invente une nouvelle manière d'appréhender l'économie. Plus tard, Gramsci théoriserait d'ailleurs le concept du « fordisme ». Ce terme désigne l'ensemble des procédures par lesquelles les salaires se sont progressivement indexés sur les gains de productivité. Le dirigeant de l'entreprise s'est en effet rendu compte que ses travailleurs avec un salaire bas ne pourront jamais s'offrir le produit qu'ils fabriquent. L'application du Fordisme engendre une augmentation régulière des salaires au rythme des gains de productivité et permet donc aux ouvriers de la compagnie de pouvoir, eux aussi, s'acheter une voiture (Boyer, 1987). Ainsi, il remédie à ce problème avec cette indexation du salaire en fonction des recettes de la compagnie.

En plus de cette constatation, Henry Ford collaborera avec Edward Bernays qui est considéré comme l'inventeur du marketing. Selon ce dernier, le principe d'une publicité efficace se fonde sur l'idée de créer un désir, de créer un manque chez les individus. Ceux-ci doivent fantasmer à l'idée d'obtenir un produit. Bernays, neveu de Freud, tente de toucher l'inconscient des futurs consommateurs. Sa méthode s'avère d'une efficacité sans doute. Cette conception nouvelle est dès lors adoptée progressivement par les publicitaires. On verra dans le point intitulé « le régime postmoderne de l'image » comment la photographie va être mobilisée par les publicitaires pour son régime de vérité plus fort que celui du dessin pour donner un exemple.

C'est également une période riche en revendications identitaires. Dès le lendemain de la guerre, l'Europe n'est plus aussi rayonnante que lors des siècles précédents, ce qui a pour conséquence une

¹⁶ Selon la définition des trois phases du capitalisme sur <http://arsindustrialis.org/capitalisme>

¹⁷ Selon la définition des trois phases du capitalisme sur <http://arsindustrialis.org/capitalisme>

décolonisation progressive, néanmoins, massive de tous les pays conquis (Rémond, 2002) Ensuite, c'est le combat contre la ségrégation aux Etats-Unis incarnée par Martin Luther King. C'est également le lieu des premières revendications sociales afin de vivre autrement, en dehors de la consommation, incarnée par le mouvement hippie. Sans oublier les revendications en faveur d'une libération de la sexualité.

1) La rupture photographique du Polaroid

Dans le chapitre précédent, nous avons conclu sur le fait que le Kodak introduit une rupture en amenant l'instantanéité et un nouveau regard centré sur le présent. Naivin observe que si le Kodak abolit l'érudition de la prise photographique, c'est le Polaroid qui va abolir celle du développement de la photographie (Naivin, 2016 :65). En effet, dès son introduction en 1948, cet appareil imprime le cliché quelques secondes après la prise photographique.

Avec le Kodak, on avait saisi la double événementialité du faire photographique. La première événementialité réside dans l'acte de la prise photographique. Le moment photographié devient un événement puisqu'on a choisi de l'isoler d'un présent qui coule et disparaît. Par ce faire photographique, le photographe prend « acte du fait qu'il est impossible d'opposer perception brute et conceptualisation » (Ibid. : 68). C'est-à-dire que de manière inévitable, le regard humain cherche sans cesse à « lire » et à interpréter le réel. Effectivement, un individu face à une photographie se demandera pourquoi cette personne, ce décor ou ce moment a-t-il été photographié et pourquoi pas un autre. C'est dans ce sens qu'il faut comprendre que le faire photographique rend sujet et « événementialise » ce qu'il « capture » (Ibid.).

La seconde événementialité réside dans son développement. Avec le Kodak et ses prédécesseurs, il faut attendre le développement de l'image pour la voir. En reprenant une citation d'André Rouillé, Bertrand Naivin nous explique que le photographe avance « à l'aveugle », puisqu'il ne peut regarder l'effet de ses choix opérés. Il rejette ses images dans un futur. La captation et l'apparition de ses images sont séparées par une phase de latence plus ou moins longue (Ibid. : 66). Cette phase de latence, selon Naivin, « secondarise » l'image photographique en la détachant de l'acte photographiant (Ibid. : 69). Dans ce sens, selon Jean-Marie Schaeffer, la (re)découverte d'une photographie devient alors un événement, car elle engendre chez son (re)découvreur une densification attentionnelle qu'il reconnaît comme une expérience esthétique (Ibid.).

Cette temporalité semble être annihilée par le Polaroid car le processus d'imagerie devient presque instantané (Ibid : 70). Ensuite, la prise photographique est libérée de la durée de la « pose photographique » par l'automatisation simplifiée et par l'usage du flash (Ibid.). On peut y voir la préfiguration de l'appareil numérique car l'image n'est plus révélée « hors » mais « dans » l'appareil. La secondarité évoquée par André Rouillé semble dès lors abolie par le processus imageant de la « photographie-minute » (Ibid.). Désormais, ne se faisant plus attendre, la photographie se donne à voir

immédiatement. L'ancienne temporalisation de l'imagisme photographique avait pour effet de décaler le présent vécu vers un passé à regarder plus tard chez soi. Ceci participe donc à une dédramatisation de l'image. On verra que progressivement une logique consumériste semble accompagner la prise photographique (Ibid. : 71).

2.1) *Le présentisme et le bavardage*

En offrant une assurance quant à la réussite d'une photographie, l'utilisateur est libéré de la peur de rater une photo. De plus, la réelle démocratisation technique est apportée par le Polaroid. En effet, dès le premier emploi, il est facile et ludique. En opposition aux tentations de faire de la photographie une pratique artistique des premiers photographes, l'« *instant photographer* » quant à lui s'amuse. On photographie pour le plaisir et pour faire plaisir aux autres. Puisque l'image se développe en public, avec une personne photographiée qui se voit aussitôt, l'image du Polaroid se fait éminemment sociale (Ibid.). Ainsi, au travers de ses qualités ludiques le Polaroid permet davantage l'humour, le décalage et la légèreté (Ibid.). Cependant, le Polaroid ne permet aucun ajustement de l'image, car elle sort de l'appareil déjà faite. Là où la photographie argentique « passés » le présent de la capture par un renvoi de ce moment à un « à-venir », le Polaroid quant à lui rend compte du présent en tant que flux producteur insatiable d'image (Ibid. : 75).

Nous avons vu précédemment que la réduction des temps photographiques est un des critères de constitution de l'amateurisme photographique. La société consumériste, avec ses critères d'efficience et de rentabilité (Lyotard, 1979), voit la photographie suivre le pas de ses exigences. Ainsi, avec le Polaroid, le déclenchement, le développement et la révélation s'accomplissent dans le même moment. Selon Naivin, cet appareil est « l'expression mécaniste d'un nouveau paradigme temporel : le présentisme » (Naivin, 2016 : 73). Dans une société où l'individu est désabusé et angoissé, il ne s'identifie plus aux mythes, aux modèles, aux religions ou aux discours politiques, son présent devient alors le seul temps à investir. Durant les *sixties*, en Amérique, l'individu se renferme sur le présent aveugle de la consommation hédoniste. (Ibid. : 74). Selon l'historien François Hartog :

« Le présentisme est (...) un « régime d'historicité » dans lequel les cultes du passé en tant que modèle matriciel (passéisme) ou du futur comme à-venir réalisant, améliorant ou libérateur (futurisme) sont dépassés au profit d'un présent devenu omniprésent et modélisant. (...) Il voit (...) dans la société de consommation postmoderne une érection du présent comme seul horizon culturel, politique et sociétal. » (Ibid. :73).

Le Polaroid a pu s'inscrire parfaitement dans cette nouvelle logique en instaurant un « présentisme photographique ». En multipliant à l'infini les clichés de soi, l'individu rentre dans une nouvelle ère de la célébration de soi, dans le loisir et dans la fête. Pendant cette période de grande

incertitude, les grands récits légitimant perdent de leur emprise et de l'assurance qu'ils procuraient. Le présentisme photographique, instauré par le Polaroid, tient du « *being* » de l'image révélée sitôt prise mais également de ce nouveau paradigme de bavardage (Ibid. :79). L'appareil se refuse d'être un chef d'œuvre technologique et assume sa non-qualité de gadget avec laquelle on ne raconte plus, mais on bavarde. L'« *instant photographer* » se place dans une posture communicante car, à l'instar du photographe argentique, son image peut être vue, voire même donnée directement (Ibid. :87). Ainsi, la photographie n'appartient plus uniquement à l'imageant, mais aussi à l'imagé.

Il faut comprendre que le Polaroid est un bavardage en tant qu'il se distingue du discours par une quantité de langage qui supplante la qualité du sens (Ibid. :84). Le Pola¹⁸ ne dit rien, il est un photographique multiple hors du récit (Ibid. :81). Si un appareil argentique nous permet de prendre des images en continu le Polaroid quant à lui nous contraint d'attendre que l'image sorte de l'appareil pour pouvoir en prendre une autre. Ainsi, le présentisme du Polaroid devient par conséquent, un présent artificiel, recomposé, construit et mis en scène (Ibid.). Le journalier est très présent dans la pratique de cet appareil et plus particulièrement la photographie de vacances. Tant la photo de famille, la photo de vacances se doit d'être légère et heureuse (Ibid. :82). C'est certainement au travers de ces pratiques que Bourdieu verra des régularités d'activités stéréotypées dans ce genre d'image qui, finalement, se ressemble toutes (Bourdieu, 1965 :39).

« Elle [l'image] n'est plus productrice de discours ni de sens tout comme elle n'est plus la vision inédite d'un génie solitaire. Elle est « simplement » image et se fond désormais dans le flot ininterrompu d'autres images que produisent chaque jour depuis les années cinquante des amateurs de plus en plus équipés, tout comme ces matrices à stéréotypes visuels que sont les mass médias. Le Polaroid matérialise en cela un nouveau régime de l'image multiple et quotidien, transitif et désacralisé » (Naivin, 2016 : 83).

2.2) Un régime postmoderne de l'image ?

Selon Lipovetsky, la société est un immense centre commercial où chaque individu cherche son plaisir du moment, en attendant que les mass médias ne lui en procurent un nouveau le lendemain, tout est normalisé et jetable (Lipovetsky, 1983). Dans une telle société, l'image à un rôle centrale, car elle permet de tout vendre. Selon Freund, la photographie à la particularité de s'adresser directement à l'émotivité et en plus, elle fait gage de vérité (Freund, 1972 : 205). Autrement dit, personne ne doute de sa véracité. Le régime postmoderne de l'image est caractérisé par le flux constant d'informations stéréotypées censées rassurer par leurs prévisibilités (Naivin, 2016 : 86-88). Par conséquent, on historise et on commémore le présent au moment où il se passe (Ibid. : 88). Ce qui implique une impossibilité de

¹⁸ Le Pola désigne le papier photosensible sur lequel la photographie Polaroid s'est inscrite.

prendre du recul face à l'image. Dès lors, les journalistes doivent opérer avec l'impératif du direct et de la primeur (Ramonet, 1999). « Les médias d'informations en continu sont alors l'expression d'une société qui préfère la quantité à la qualité » (Naivin, 2016 : 88).

Dans un tel environnement le faire-image devient un acte de consommation. Désormais, déclencher n'est plus une expérience en ce qu'il ne prend pas le temps d'en devenir une. Naivin s'inspire du philosophe américain John Dewey qui qualifie ce type d'expérience d' « indigente et superficielle » (Ibid. :89). Autrement dit, par l'empressement de prendre directement un autre cliché, on ne laisse pas à l'expérience précédente d'arriver à son terme. Toujours selon l'américain, par ce type d'expérience - ratée donc - on exprime tout au plus de l'affection pour la personne photographiée. Le but est donc de figer un instant pour en garder un souvenir (Ibid.). La photographie se détache ainsi de sa pratique sérieuse pour devenir un loisir (Ibid. : 90). Le Polaroid devient l'expression imageante de la société postmoderne du « cool ». En s'éloignant de la grande tradition scientifico-artistique, la photographie devient ludique et cumulative. Le paradigme propre au Polaroid relève d'un « *being* » pouvant être considéré comme « le reflet d'une société du « ce qui arrive » médiatico-catastrophique, (...) » (Ibid. :91). Ce qui signifie que l'individu postmoderne se refuge dans un présent hédoniste où le bonheur ne peut être éprouvé dans des projets dépassant les individus. Ainsi, selon l'auteur, la société postmoderne qui se fonde sur l'échange et l'éphémère, sur le transitif et le modulable fait de cette identité un « bien-être » de consommation de masse. En d'autres termes, le bonheur est procurable à travers la consommation. On analysera ce point dans le chapitre V.

Ensuite, grâce au Leica qui est un appareil encore plus petit qui tient dans une poche, on assiste à une augmentation de la proximité et de l'instantanéité photographique. Cet appareil permet, entre autres, de se photographier à la manière du selfie, c'est-à-dire, bras tendu et objectif tourné vers soi. C'est ainsi la première fois que la société verra des images de ses stars lors de moments festifs prises de manière intime et amateuriste (Ibid. : 93). Grâce à ces Polas, les stars se rapprochent de nous et se démystifient en « faisant » et donc, en quelque sorte, en « devenant » comme nous. Andy Warhol est l'artiste qui a le plus utilisé le Polaroid. Dès lors, ce dernier « devient une preuve du vécu, de moment social, un souvenir matérialisé pour un Andy Warhol qui se comparait volontiers à un magnétophone sans mémoire » (Ibid. :98). Par son instantanéité, le Polaroid affiche une volonté de ne pas revenir sur les choses. Il faut les avoir et les voir tout de suite afin de passer à autre chose. Autrement dit, c'est l'affirmation de l'unité temporelle d'une image qui est terminée sitôt qu'elle est prise (Ibid.). Par conséquent, le Polaroid a fait basculer le faire-image dans une pratique socialisante, car l' « *instant photography* » se prend, se regarde tout de suite et se partage éventuellement. Le Polaroid a engendré un changement de régime de l'image. En parallèle, la société occidentale a progressivement basculé vers un capitalisme de plus en plus consumériste. Dans cette optique, les Américains ont multiplié leur dépense dans la photographie par 120 entre 1960 et 1980 (Freund, 1974 : 196). Enfin, le Polaroid a fait

de l'image un objet et lui a conféré une qualité de bavardage, essence même de la photographie mobile qui fera l'objet de notre dernière époque que l'on qualifie d'hypermoderne.

2) Quels changements pour la séduction ?

Les volontés de transparence de la science envers la société commencent à se faire progressivement entendre et on voit un nombre considérable de vulgarisations scientifiques proliférer dans tous les domaines de manière exponentielle (Moulin, 2011 : 68).

Avant l'avènement de la science moderne, la diététique n'est pas une branche de la médecine, mais se confond avec elle. Après, elle perd l'essentiel de sa légitimité et de son autonomie avant de renaître au XXe siècle, surtout, dans sa seconde moitié. (Ory, 2011 : 135). Le moteur du regain d'intérêt pour cette discipline aussi ancienne que la médecine s'établit autour du nouveau discours sur les vitamines. La rationalité nutritive est le but de ce mouvement qui apparaît durant l'entre-deux-guerres (Ibid.).

La désormais nouvelle profession de diététicien apparaît après la libération des nazis suite à un mouvement de propagande en faveur de la diététique et du bienfait des vitamines. Dans une société où la famine et la privation disparaissent, le savoir diététique rencontre un terrain social marqué par une augmentation significative de l'obésité. Cela est dû, premièrement, à un changement économique qui conduit les individus à dépenser moins d'énergie au travail et à consommer protéines, glucides et lipides en excès (Ibid.). Deuxièmement, les représentations négatives grandissantes quant à l'obésité témoignent d'un changement culturel. Ainsi, les classes dominantes et les classes moyennes verront dans l'affichage de la minceur une manière de se distinguer (Ibid. : 136). Cette diététique se voit relayée par la presse féminine après la Seconde Guerre mondiale. La représentation absolue de la minceur est dès lors incarnée par l'icône des petites filles occidentales Barbie à partir de 1960.

Sohn pense que c'est le recul de la pudeur qui a impliqué un nouveau travail sur le corps entre une musculation et une diététique naissante. Cependant, en suivant Boltanski, elle affirme que c'est seulement dans les années 1960 que le régime devient une préoccupation unanimement partagée. (Sohn, 2011 : 95). Depuis le début du siècle, en plus des nouvelles tendances économiques, on remarque un mouvement d'individualisation qui pose l'individu, en avant de la société, à la recherche de son autonomie. Un individu objet et sujet d'une économie de l'entretien et de l'épanouissement corporels engendré par un discours hédoniste (Ory, 2011 :159). Les médias ont joué un rôle déterminant dans la représentation du corps «jouissant». L'évolution de la littérature, du spectacle vivant, de la photographie, du cinéma, de la télévision, de la publicité ou autres va dans la direction d'une érotisation croissante des individus et de leurs vêtements ou de leurs comportements. Ces faits sont mis en relation

avec le déclin des valeurs puritaines inhérentes à tous systèmes religieux (Ibid. : 160). Malgré quelques tentatives, les contenus médiatiques sont de moins en moins censurés.

Pascal Ory ne dit pas que la mise en valeur des attributs sexuels est absente du « système de parure » des années 1900, cependant, elle reste implicite, indirecte et décalée grâce à des tournures, des gaines et des cheveux savamment relevés (Ibid. : 148). Selon lui, la progression de cette mise en valeur du XXe siècle est de la ramener de plus en plus à l'immédiateté du corps, sans l'occultation des dispositifs matériels (Ibid.). Ce n'est pas la disparition de l'artifice, mais cette fois, il met en lumière les zones érogènes et érotise tout le corps (Ibid.). Toujours selon l'auteur, l'économie et la technique n'ont fait qu'accompagner, rendre possible et amplifier une tendance dont elles n'étaient pas les sources.

Ainsi, c'est à une conception purement individualiste que les individus des pays occidentaux ont conscience de disposer de moyens pratiques permettant de satisfaire d'une part, la conformité aux canons de la beauté, particulièrement en ce qui concerne les attributs sexuels (lèvres, seins, fesses, etc.), d'autre part, la lutte contre le vieillissement, ou du moins de son impact visuel sur le corps (Ibid. : 138). Dans les sociétés occidentales, les individus élaborent des images d'eux-mêmes à partir de mythes et des images véhiculées par les médias (presse et cinéma), qui contrôlent la dynamique des formes de la séduction (Boetsch & Guilhem, 2005 : 185). Dans les travaux menés par Baudrillard et Lipovetsky, la séduction est analysée comme un ensemble de techniques de commercialisation de modèles à travers certains phénomènes, comme la presse féminine. Les médias définissent donc les normes esthétiques de la féminité et de la masculinité, qui agissent comme « une instance transcendante et diverses valeurs d'ordre socioculturel, politique, économique, voire éthique, lui sont associées » (Faivre, 1989 : 107). On verra dans le prochain chapitre comment le corps devient le lieu d'un travail sur soi à partir de la Seconde Guerre mondiale.

Enfin, c'est lors de cette période que les femmes vont acquérir une série de droit qui affirmeront leur autonomie. L'un des exemples les plus probants est la lutte pour le droit à l'avortement. Selon Sohn, c'est au début du XXe siècle que l'on observe l'émergence de l'avortement dit rationnel. Selon cette auteure, en avortant, les femmes affirment leurs rejets des tutelles, tant conjugales que médicales ou religieuses sur leurs propres corps (Sohn, 2011 : 115). Ainsi, la libération des mœurs s'opère par la libération de la parole et des gestes, par la transgression de la morale conjugale traditionnelle et, enfin, par la levée des tabous (Ibid. : 111). Au chapitre précédent on a remarqué qu'il a fallu au préalable, un recul de l'influence de l'église sur le couple, ensuite, du discours sexologique qui a levé les interdits quant à la parole et, enfin, les médias ont propagé une codification des rapports amoureux en public et dans l'intimité. De plus, l'attention croissante à « soi » engendre un rapport au corps, en tant que celui-ci devient progressivement inaliénable. Selon Sohn, les Trente Glorieuses de la sexualité sont le fruit d'un long processus de libération amorcé dès la fin du XIXe siècle, mais revendiqué seulement dans les années 1968.

En guise de conclusion, dans la dernière partie de son livre, sur l'histoire de la beauté, George Vigarello évoque les implications de la beauté démocratisée. Selon lui, il y a une diversification des types esthétiques et ses critères se mêlent d'une part, entre la perception de soi et, d'autre part, à la notion de bien-être. La convergence des pratiques de consommation de masse, d'un imaginaire égalitaire, de l'émancipation féminine et des questions d'identité organise et structure les mentalités. Dorénavant, l'artifice devient un moyen de légitimation de soi. Cependant, les individus ne répondent pas aveuglément aux normes collectives, mais les personnalisent et affichent un hédonisme censé dissimuler les contraintes de la transformation de soi. Un processus, qui, en cas d'échec, se retourne contre l'individu sous la forme d'un mal-être culpabilisant et victimisant (Vigarello, 2004 : 122). Dès lors, la chirurgie esthétique est un moyen de légitimation de soi, où l'on tente de trouver le « vrai » soi (Ibid. : 125). On se doit donc considérer l'histoire de la beauté comme invention perpétuelle « qui épouse les grandes dynamiques sociales, les ruptures culturelles, les conflits de genre ou de générations » (Ibid. : 143), en mettant bien en évidence ses dynamiques temporelles. Enfin, selon cet auteur, l'histoire s'inscrit dans le corps (Vigarello, 2004).

V. L'hypermodernité

A) Contexte social, économique, politique et technologique

Selon le philosophe et sociologue Gilles Lipovetsky, au début des années 1980 les sociétés occidentales entrent dans une « nouvelle » transition économique. Elle n'est en rien différente de la société de consommation d'après-guerre. Elle pousse juste à son apogée sa logique mercantile, c'est-à-dire, tout devient objet avec un potentiel marchand. Ce qui change c'est la manière dont on va mettre en valeur un produit. Cet auteur désigne le capitalisme artiste ce que j'avais nommé précédemment le capitalisme consumériste. Celui-ci apparaît donc au début du XXe siècle. En effet, selon Lipovetsky le capitalisme artiste recouvre lui-même trois phases. La première concerne le début du XXe siècle jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. Ses emblèmes sont les grands magasins (palais du désir), véritables architectures de cathédrales de la consommation avec leur système de vitrines (pour la mise en scène), la haute couture et les débuts du design industriel. Ces temples du désir s'érigent en véritable système, mais ils restent des lieux réservés à l'élite bourgeoise qui est la seule à s'offrir les produits qui y sont en vente (Lipovetsky, 2004 : 141).

La deuxième phase du capitalisme artiste s'étend de 1950 jusqu'à 1980. Ses emblèmes sont le design dans les objets du quotidien, qui répond au développement de l'individualisme et introduit à l'échelle planétaire, la mode du prêt-à-porter, les centres commerciaux, les industries culturelles (cinéma et musique) pour une consommation de masse (Ibid. : 184). La réclame se voit remplacée par publicité, la démocratisation de l'art et l'obsolescence rapide voient le jour.

La troisième phase concerne les trente dernières années marquées par le pluralisme transesthétique et la dérégulation généralisée (Ibid. : 233). Le design et la marque deviennent les éléments de la fiche identitaire des produits et s'imposent sur toute la planète (Ibid. : 237). Désormais, il n'y a plus de différence entre art et design. À cette étape, la consommation n'est plus liée à la différenciation sociale. Cet attrait était le moteur de la consommation pour les deux précédents « modes ». Aucune limite ne doit arrêter l'expansionnisme commercial (Ibid. : 138). Cependant, c'est la quête d'émotions et de plaisirs renouvelés pour chaque individu qui autorise tous les styles (du *Junk-food* au *Bio*) et vise le bien-être personnel qui engendre des modes de vie à la carte (Ibid. : 255). Selon Lipovetsky, il y a une « détraditionalisation » des classes, dorénavant on ne peut plus prévoir les comportements des consommateurs en fonction de leur classe sociale (Lipovetsky, 2006 : 130)

Il s'agit d'établir l'empire du spectacle et du divertissement par le gigantisme des productions, le choc visuel, la provocation et la violence. Il ne s'agit plus de changer la vie, mais de créer du jamais vu, des réactions, du « fun ». Les critiques que G. Debord faisait de la société du spectacle sont dépassées par un développement de l'hyperspectacle où le capitalisme mêle l'économique et le culturel en tous sens, où il génère de l'expérience et des sensations par lui-même (Lipovetsky, 2004 : 272). C'est dans

ce cadre que s'érige une économie du vedettariat, de la marque et de la renommée. La société de l'hyperspectacle scelle l'union de l'économique, du divertissement et de la séduction (Ibid., 2006 : 278). Elle triomphe au travers des « *reality-show* », des expositions-spectacle et du sport-spectacle. Mais aussi dans l'urbanisme où la ville est à consommer (Ibid. : 326).

Au XXI^e siècle, il s'agit d'une société de consommation de masse, avec une « *fun morality* » où chacun achète ce qui lui procure des sensations personnelles, ce qui lui plaît, sans se soucier des marquages sociaux, mais cette démocratisation produit néanmoins des similitudes (Ibid. : 349). Les choix alimentaires, les soins du corps (des cosmétiques au piercing), les modes (pour paraître jeune à tout âge) sont révélateurs de cette tendance. Le marketing de soi est permanent et envahit tous les secteurs de la vie. Le système des réseaux sociaux (*Facebook*) où chacun cherche à « gagner » de nouveaux « amis » afin de trouver une ratification de lui-même par les autres est révélateur (Ibid. : 389).

B) L'autoportrait photographique mobile

En effectuant une brève histoire de l'autoportrait, il semble que le selfie soit inscrit dans la continuité historique du portrait. Escande-Gauquié résume clairement que les photographies professionnelles et amateurs paraissent s'interpénétrer et s'influencer l'une et l'autre (Escande-Gauquié, 2015 : 32). Le portrait photographique est d'abord devenu une pratique sociale, grâce à l'essor d'un marché de masse, favorisé par le développement industriel et de la création des premiers appareils Kodak (1888) ou du photomaton (1924). Ensuite, un changement social s'opère : les premiers congés payés offrant du temps libre propice aux photos de famille durant les voyages. Tous ces facteurs ont en effet démocratisé la pratique photographique du portrait amateur. Le selfie n'en est apparemment qu'un héritier direct. Cette nouvelle pratique incorpore les imaginaires de plusieurs générations, qui se sont progressivement habitués à la pratique du portrait et de l'autoportrait. Par conséquent, celles-ci ont été apprises et intégrées selon des pratiques collectives bien avant le XXI^e siècle. Il y a eu un « croître ensemble »¹⁹ de la société qui a généralisé l'exhibition de soi. Le changement majeur est l'avènement des réseaux de partage qui permettent à tout le monde d'exposer leurs vies intimes et privées que Tisseron nomme le désir d'extimité²⁰. On verra dans le chapitre « *Quel regard pour le selfie* » que l'autoportrait mobile bien qu'il ait intégré toute une tradition n'est pas juste le résultat de celle-ci. Il y a quelque chose de nouveau et d'inédit dans la manière de faire un autoportrait.

On a vu dans les chapitres précédents que la portabilité et l'instantanéité ont contribué à l'essence même du photographique. On peut résumer l'histoire de ce photographique comme celle d'un « faire-image » démocratique et permanent. Le téléphone portable selon Naivin est l'outil imageant

¹⁹ Référence à la notion d'Augustion Bergue vue au cours d'anthropologie sensorielle dispensée par M. Marianni à l'ULG année scolaire 2015-2016.

²⁰ Cette notion sera abordée plus en détail dans le point : Le selfie marqueur d'une nouvelle sensibilité.

permettant l'absolu photographique de l'individu hypermoderne (Naivin, 2016 : 104). Par l'invention d'une interface et d'un design simple d'usage et toujours plus rapide, de nouveaux codes esthétiques et de nouvelles pratiques photographiques s'établissent. Toujours selon cet auteur, le Smartphone dispose d'une extrême maniabilité et d'une disponibilité permettant à la photographie de « devenir photographique et non plus néo-picturale » (Ibid.). La phonéographie²¹ continue le processus analysé auparavant, à savoir, qu'elle poursuit le photographique en augmentant toujours plus la possibilité pour chaque individu, quel que soit son niveau social et intellectuel, de prendre en photo chaque instant de son existence, de faire de lui un « touriste du quotidien » (Gunthert, 2015), en généralisant les très gros plans, et surtout en le couplant à la connectivité de la téléphonie. Prendre une photo devient alors plus que jamais conversationnel et dialogique. La photographie est donc un moyen de partager un « vu », dans un « ici et maintenant », pour un « là-bas et plus tard » (Naivin, 2016 : 105).

Bien que ce soit le Polaroid l'initiateur de cette « photographie-partagée », elle est quant à elle, le fondement de la phonéographie. En évoquant les travaux d'Adam Levin, Bertrand Naivin suggère que l'éthos de la photographie numérique connectée réside dans ses qualités de transmission (Ibid. : 106). On verra plus tard qu'André Gunthert directeur de recherche au CNRS en histoire visuelle est d'accord avec cette proposition qui préfère l'attribuée par le concept de « fluidité ».

Dès lors, avec le Smartphone, la « secondéité » de la photographie, déjà transformée par le Polaroid, prend encore un nouveau sens. En effet, l'image prise ne suffit plus à elle-même, elle doit être partagée avec nos proches (Ibid.). Naivin énonce à ce propos qu'on ne regarde plus les images de la même façon que lorsqu'on regardait un album photo rempli de clichés et d'annotations (Ibid.). Aujourd'hui on photographie pour échanger, pour discuter, pour partager une expérience, un moment, une pensée, un état. Ce qui engendre que la secondéité phonéographique réside dans ce photographique qui se fait communicationnel (Ibid.). Cet élément conduit André Gunthert à penser que « la photographie connectée n'existe pas sans destinataire » (Gunthert, 2015 : 146). Avec les moyens photographiques d'autrefois, on photographiait pour enregistrer la trace d'un « ça-à-été » (Barthes, 1980), aujourd'hui, on « phonéographie » pour partager un « c'est » qui se verra ensuite remplacer par un autre « c'est » (Naivin, 2016 : 107). Le présentisme photographique évoqué lors du chapitre consacré au Polaroid devient la condition nécessaire de la phonéographie en alimentant une « déification » du présent toujours plus poussée.

« La phonéographie à quant à elle transcrit dans le domaine de l'image ce bavardage qu'avait déjà initié la photographie amateur de l'ère Kodak, mais sans en avoir réellement les moyens. En effet, même si le photographe amateur peut fixer un moment ou un lieu pour pouvoir ensuite le montrer à ses proches, les limites matérielles des pellicules qu'il faut changer et surtout leur coût imposent à cet imagement une discontinuité dont libère le numérique » (Ibid.)

²¹ La pratique de la photographie à l'aide d'un Smartphone

Au sein d'une telle logique, tout devient photographiable et le « faire-image » devient un « faire-événement ». Car vivre ne suffit plus, désormais, il faut le montrer et le partager. C'est une constante « événementialisation » du vécu qui se dilue dans un flux incessant d'image de soi et du « monde-vu-par-soi » plus quantitatif que qualitatif (Ibid. : 108). On remarque ici que la logique hyperconsumentiste s'imbrique dans la pratique photographique, comme elle l'avait fait avec le Polaroid. D'un point de vue technique, avant, aucun photographe amateur ne se baladait constamment avec un appareil photographique sur soi. L'intégration de l'appareil photographique au téléphone portable, objet que l'on a en quasi-permanence sur soi, permet un constant imagement de notre vécu (Ibid.). Cette intégration déjoue les anciennes pratiques de la photographie analysée par Bourdieu où il fallait prévoir de prendre un appareil que l'on réservait à quelques occasions (Bourdieu, 1965 : 64). En effet, pour l'amateur, il faut une occasion car l'environnement quotidien ne donne jamais lieu à des photographies (Ibid. : 60). Aujourd'hui, avec le Smartphone, on a la possibilité de prendre toute la vie pour objet de photographie. Même si on ne revient plus sur nos photographies une fois qu'elles sont partagées, car elles se remplacent l'une et l'autre. Comme j'avais remarqué lors de mon terrain, la plupart des informatrices m'avaient confié qu'il était très rare qu'elles retournent dans leurs archives photographiques voir les clichés déjà pris. Clara me disait : « *il y en a tellement que je n'ai pas le courage de trier, même si j'en ai envie* ». Monique Dagnaux ajoute que cela nous incite à mettre notre vie en scène et à nous livrer à travers des images (Naivin, 2016 : 109). Toujours selon cette auteure, les digitales natives sont plus enclins à communiquer avec un langage hyper-expressif et très graphique en remplaçant le texte par des images où émoticônes (Ibid. : 110). Le visuel s'affirme encore plus primordial dans notre société hypermoderne que celle de la postmodernité - qui avait déjà fait en grand pas dans ce sens (Ibid. : 111).

En évoluant dans un univers imagé et imageant, l'individu voit dans le « tout-faire-image », autorisé par le Smartphone, un moyen de réapproprier cet imagement du monde et de l'autre, voire de lui-même (Ibid. : 112). Ce « besoin » photographique répond à un désir de créer ses propres images, et ses propres imagement du monde contre ceux imposés par le flux incessant d'images auxquels il est constamment confronté (Ibid. : 112). Photographier devient un réflex compulsif et vital. Laurence Allard ajoutera que c'est par l'expression publique de soi sur les *blogs*, avatars, etc., tous ces « signes de soi » distribués au fil du web, que se reconnaît désormais la subjectivité, l'intériorité des individus (Allard, 2009 : 41). A la place du célèbre cogito cartésien « je pense donc, je suis », l'individu hypermoderne semble préférer : « je vois, je suis vu, donc je suis » (Birman, 2011). Cette formule suppose un individu qui ne peut plus se satisfaire d'un simple « être-là ». Son « vu » doit être instantanément partagé, « *liké* » et commenté, mais surtout enregistré pour être de suite visionné (Naivin, 2016 : 114).

« Parce que tout va trop vite et que nous ne voulons rien rater, parce que l'individu n'est désormais plus seul mais se trouve constamment relié à une communauté, parce que l'image est devenue le nouveau langage d'une société qui chaque jour se dissocie de plus en plus de l'écrit, l'imagement du

monde et de soi devient alors une pratique nécessaire et instinctive. L' « être-soi » du XXIe siècle est dès lors plus que jamais un « faire-soi » par l'image, que la pratique du selfie interroge d'une manière particulièrement sensible » (Ibid.).

1) L'autoportrait : une histoire de regards

Ce que l'on nomme communément l'autoportrait semble exister depuis l'ancienne Égypte. Cependant, il a fallu attendre la renaissance pour qu'apparaisse les premiers succès de l'imagement de soi, appelé dès lors, « portrait d'artiste par lui-même » (Ibid. : 115). Le terme « autoportrait » apparaît avec la modernité. Cette évolution lexicale n'est pas sans lien avec une conception de l'autoreprésentation plus intimiste. L'autoportrait s'applique alors à questionner un « être » humain, un « être » artiste, mais aussi un « être » soi dans un monde en pleine mutation industriel et ontique (Ibid. : 116). D'ailleurs, cette « quête de soi » dévoilera toute sa complexité avec la psychanalyse à la fin du XIXe siècle.

Dans un autoportrait traditionnel, le regard de l'artiste semble nous fixer (nous spectateur) et cela est le signe de l'image étant le produit du regard sur lui-même du peintre ou du photographe. Le peintre qui doit se regarder dans le miroir pour se peindre est le « faiseur » de « son » image. Ce qui permet à James Hall de poser l'histoire de l'autoportrait depuis la Renaissance comme celle d'un « visage individuel et particulièrement [celle] des yeux, considéré comme les miroirs de l'âme » (Ibid. : 120). Ensuite, Naivin se demande en suivant le raisonnement de Pascal Bonafoux si se peindre, c'est devoir peindre le signe essentiel de la présence contenue dans le regard qu'advient-il de l'autoportrait photographique ? Avec la photographie, l'appareil photographique se révèle une image de soi mécanique et partielle. Ainsi, la quête picturale d'un soi photographié qui révélerait son propre regard d'un « moi-artiste » semble ne plus exister. Ce mensonge de soi pose alors l'autoportrait photographique comme un « autoportrait photographié » (Ibid. : 121).

« Son objectivité présumée et longtemps louée n'est alors qu'un vérisme de surface qui ne se fie qu'à une apparence qui peut vite s'avérer trompeuse et donc douteuse. (...) Là où le peintre voulait bâtir une image de lui, sociale, artistique, ou ontique, le photographe semble quant à lui jouer de cette image parce qu'il sait qu'elle n'est qu'un « vrai mensonge », une illusion « réelliste »²²» (Ibid. : 122).

Dès les années 1848, la photographie recourt à l'ajout d'effet dans un but d'intelligibilité. Aujourd'hui, *Photoshop* ou les filtres *Instagram* remplacent les anciens ajouts iconographiques et les corrections visuelles. Donc, dès les balbutiements les images établissent le photographique comme

²² Si le « réalisme » est produit par l'homme, le « réellisme » est produit par le réel, par un transfert lumineux sur papier (surface) photosensible.

falsificateur qui sèment le doute entre un référent qui adhère et une image qui découpe le visible, le « décontextualise », l'isole, le transcrit, le déplace, jusqu'à l'effacer, le maquiller ou l'augmenter (Ibid. : 122). Jacques Rancière, à propos de l'augmentation de la photographie, rejoint sur ce point Benjamin qui déclare l'insuffisance de la photographie et la nécessité de la légende qui l'interprète (Rancière, 2008 : 4). On verra plus tard comment un « *being* » transitoire sera souvent accompagné d'une légende, souvent sous la forme d'une citation lors de la publication d'un selfie

Concernant, l'autoportrait, si de plus en plus d'artistes au XXème siècle abandonnent le regard regardé et regardant, c'est également en raison de la perte d'une foi en un soi définitif, ou en tout cas en une définition d'eux-mêmes qui se voudrait stable et définitionnelle (Naivin, 2016 : 122). En eux, ils ne verront alors plus un gouffre à explorer ni un être social à présenter, mais un personnage à incarner, voire un rôle à jouer. Ici, on reconnaît la posture artistique du Glam Rock dans les années 1970 où les artistes incarnaient sur scène des personnages sans prétendre être ces personnages dans la vie de tous les jours (Pirrenne, 2011). Ainsi, dans la tradition de l'autoportrait photographique au cours des années 1970 le « je suis » devient une fiction photographique. Cette évolution entre en résonance avec l'identité postmoderne : « je » est alors bien un « autre » (Ibid. : 123). Selon Naivin, si l'individu est un ensemble de plusieurs « êtres », au sens du participe passé de « *being* », d'« étances », ce qu'écrit et image l'artiste est alors autant une révélation pour nous que pour lui-même (Ibid. : 123).

Pour revenir à l'autoportrait photographique, il est qualifié d'un « autoportrait photographié » par cette distanciation qu'entretient l'artiste avec son image. Puisque le photographe co-réalise son portrait avec son appareil et « fait avec » ce bout de visible que lui prédécoupe l'objectif de son appareil, il se trouve dans un rapport distancié à son visage (Ibid. : 124). Ce « lui-même » devient alors une image plane qu'il lui revient de régler par la mise au point et de fixer d'une simple pression digitale. Cette distanciation est d'autant plus grande avec les nouveaux appareils numériques. A l'instar de la photographie analogique qui plongeait l'œil du photographe dans l'objectif, la photographie numérique permet de tenir l'appareil à distance sans coupé le photographe du monde qui l'entoure (Ibid. : 124).

Cette co-réalisation de l'image de soi amène donc le photographe à multiplier les points de vue de lui-même. A l'instar de la traditionnelle frontalité de l'artiste qui se regarde pour pouvoir se peindre, le photographe utilise cet œil prothétique et détaché de son corps qu'est la lentille de son appareil (Ibid. : 125). Dès lors, le photographe n'est plus obligé de se regarder pour faire son image, il peut à loisir déplacer le regard qu'il porte sur lui-même. Si le photographe pose frontalement à son appareil il appelle automatiquement à une lecture introspective de la part des spectateurs (Ibid.). Ces nouvelles vues de soi deviennent pour le photographe l'occasion de se regarder autrement, et de déplacer son « être-soi » vers un « être-à-soi », mais aussi de faire de son visage comme de son corps une matérialisation d'un « être-au-monde » ou d'un « être-œuvre » propre à chaque artiste et à chaque période (Ibid.). L'autoportrait photographié induit chez l'artiste un « regard de côté » sur lui-même. Celui-ci est conscient qu'il ne pourra fixer dans son image photographique toute ses étances, ni un être définitif. Aussitôt, l'artiste

abandonne l'idée d'un autoportrait essentialisant de lui-même mais il le considère désormais comme un médium d'expression (Ibid. : 126). Donc, l'autoportrait photographié se distingue de l'autoportrait moderne par le fait qu'il ne prétend plus rien révéler sur l'artiste.

Enfin, pour conclure, il y a trois stades de l'autoportrait qui se sont vu remodeler en fonction des techniques imageante à la disposition des artistes et des amateurs. Les plus anciennes formes de l'autoportrait n'ont pas pour autant cessées d'exister avec l'apparition d'un appareil engendrant un nouveau regard. Dorénavant elles existent ensemble. Ces trois formes sont chronologiquement, le portrait de l'artiste par lui-même où le peintre regarde son « moi extérieur ». Il se présente à soi comme une figure à peindre et à nous comme une personnalité, ce qui en fait un « moi-artiste, un « moi-figure » (Ibid. : 127). Ensuite, l'apparition de l'autoportrait place l'artiste dans une révélation d'un « moi » intérieur et le regard se fait introspectif (Ibid.). Enfin, l'« autoportrait photographié » fait du regard quelque chose qui se déplace pour faire du corps et du visage de l'artiste une fiction sociétale, artistique ou plastique (Ibid.).

2) Quel regard pour le selfie ?

L'auteur dès lors se demande qu'en est-il du regard dans le selfie ? Il conçoit premièrement de le distinguer de l'autoportrait photographié. En analysant la première photo baptisée « selfie » faite par un Australien en 2002 avec l'intention de montrer et demander conseil sur sa blessure à la lèvre. Celui-ci s'excuse de la médiocre qualité de son image en précisant sa spontanéité. D'ailleurs son but n'est pas l'esthétisme de la photographie mais sa valeur de médium communicationnelle. Son imagéité se soumet alors à sa fonction dialogique qui l'établit ici en preuve visuelle d'une blessure (Ibid.). Pour André Gunthert d'ailleurs, c'est la pauvreté esthétique du selfie qui en fait son fondement communicationnel. C'est parce qu'elles sont spontanées, instantanées, et sans contrôle (apparent) formel, parce qu'elles ne sont pas artistiques, elles invitent à l'échange (Ibid.).

Dès le premier cliché, le selfie s'affirme comme un extrait d'expérience qui demande un retour de celui à qui est envoyée la photo. En cela, c'est une nette différence avec un autoportrait, le cliché ne se présente pas de manière « finie » au récepteur. Avec un autoportrait nous sommes amenés à ressentir, réfléchir, nous questionner mais aucunement nous n'intervenons sur l'image (Ibid. : 129). Le selfie répond à une logique différente. Sans appeler à l'analyse d'un receveur, il joue avec différent registre d'humour impliquant un « je-fais-ça », un « je-suis-avec », un « je-suis-là » qui n'a de sens que par sa fonction dialogique (Ibid.). Donc, en demandant la validation et la participation, le selfie est une adresse à son récepteur. Cette adresse se veut la plus instantanée et spontanée possible, raison pour laquelle le selfie est qualifié de « pauvre » d'un point de vue esthétique par Gunthert. Désormais, ce qui suffit pour faire un selfie c'est d'appuyer sur un bouton et de l'envoyer. Le selfie serait à l'autoportrait ce que le « parler » est à l'« écrire » (Ibid. : 130).

Si un texte, comme un autoportrait, se construit, s'élabore et se remanie, le selfie de la même manière que la parole, s'improvise, ne se conçoit et ne s'inscrit que dans le présent de l'action. C'est pour ces raisons qu'un selfie se présente de manière non contrôlée (dans l'apparence du moins), d'autant plus que cette qualité garanti la sincérité et l'authenticité du selfie. Le selfie n'est en cela rien d'autre qu'un initiateur de discussion. Ainsi, le projet de cette image n'est nullement de dresser un « portrait » identitaire, émotionnel ou social de lui-même, mais de donner à voir la raison pour laquelle il s'adresse aux internautes et ce qu'il désire montrer. « Nous « présent-ons » notre expérience d'un présent que nous ne pouvons plus ne vivre que pour nous, mais qu'il nous faut le partager » (Ibid. : 131).

Il semble que l'individu hypermoderne ait besoin de l'avis de ses pairs pour vraiment apprécier ce qu'il vit. Le fait de recevoir une validation par des « likes » et des commentaires va permettre à l'individu de valider son enthousiasme et qui, par la suite, va lui permettre de le « photographier », cette fois-ci, avec sa mémoire (Ibid. : 132). Donc, le Smartphone devient l'objet par lequel nous inscrivons dans notre mémoire ce que nos yeux voient. Selon moi, l'écran du Smartphone devient ainsi une prothèse du sensible qui influence notre manière d'être au monde. On a vu comment différentes prothèses du sensible ont amené différents regards sur « soi » plus haut. En plus de ce fait, j'ai remarqué chez quelques-unes de mes interlocutrices l'impression que leurs photos et l'emplacement des dossiers étaient des souvent des supports de mémoire. Caroline me disait : « *J'ai remarqué que lors des évènements où je n'ai pris aucune photo, parfois, j'ai du mal à m'en souvenir* » (Extrait de mon journal de terrain : 5 septembre 2016, Caroline, notes à posteriori, entretien formel). Dans une autre situation, Alexandra se servait de ses photos pour se rappeler d'évènements comme la date du dernier restaurant thaïlandais partagé avec son petit ami (Extrait de mon journal de terrain : 10 août 2016, Alexandra, notes à posteriori, entretien non formel). Selon moi, c'est assez significatif en ce qui concerne le rapport au monde que l'on se construit. On délègue aujourd'hui des informations que l'on ne faisait pas avant à nos (anciens) appareils. De même qu'aujourd'hui, en raison du GPS de moins en moins de chauffeurs de taxi connaissent les rues de leur ville. Stiegler nomme ce fait une prolétarianisation du savoir. La prolétarianisation se caractérise en ce sens d'une perte de mémoire et d'un savoir. Mais c'est un espace de mémoire libéré.

Par ses dimensions pratiques, présentatives et dialogiques, le selfie engendre un nouveau regard. Si nous sommes passés du regard « exfrontal » du « portrait de l'artiste par lui-même » à l'« infrontalité » de l'autoportrait, si l'utilisation de l'appareil a ensuite institué un regard « de côté » en tant que vecteur d'une esthétique, d'un discours, d'une pensée, d'une expérience, d'un regard, dans le selfie, le regard continue son déplacement pour se concentré sur un « soi » conversationnel (Ibid. : 133).

« Dès lors, si nous avons pu voir que le photographique avait rendu possible un imagisme de l'intime qu'il s'agira dès lors d'exprimer, de montrer, de documenter, de conserver (...), le selfie entame quant à lui une nouvelle révolution, celle de l'extimité, d'une intimité devenue publique et partageable » (Ibid. : 134).

Cette « egophotographie²³ » institue pour cela un nouveau regard, un regard « de-biais » (Ibid. : 135). Selon Jerry Saltz, le selfie est un type d'autoportrait, mais distinct de la définition historique du genre. Il ne peut pas être réduit à une simple restauration digitale de l'autoportrait. Le selfie n'est donc en ce sens pas un autoportrait. Il est un nouveau langage qui quitte la frontalité et l'unité du « je suis » pour un « c'est-moi-qui-est », nouveau paradigme identificatoire qui désolidarise le sujet de son « être » (Ibid.). Ce « moi » ne s'accorde désormais plus avec un « est » devenu artifice aussi éphémère qu'un « *post* ». Dans ces considérations, on voit comment l'intégration de la photographie dans un appareil comme le téléphone portable et en parallèle le développement de l'internet mobile ont refaçonné la manière de se prendre en autophotographie. Les anciens modes peuvent bien sûr co-exister, mais il est tout de même apparu une nouvelle manière de se présenter au monde par le regard « de-biais » de l'egophotographie.

Ce qui permit l'invention du portrait de soi par soi-même dès l'antiquité est l'invention du miroir. Ce regard frontal pourra ensuite être décalé par l'utilisation d'un nouvel appareil au XXe siècle: l'appareil photographique. Regard frontal et regard de « coté » sont ainsi tous deux produits d'inventions techniques qui modifièrent nos autos-représentations. Selon Naivin, le selfie n'échappe pas à cette nouvelle « autoscopoponie », c'est-à-dire de l'apparition d'un nouveau regard sur soi par les conditions techniques qui président à sa réalisation et qui produit un regard non plus « de-côté » mais « de-biais » (Ibid. : 136). En effet, si le selfie se définit par son dialogisme et sa diffusion, il est aussi une image de soi que l'on réalise en se regardant le plus souvent sur l'écran de son appareil. La caméra frontale nous offre la possibilité de nous voir en train de nous photographier de sorte que nous sommes à la fois regardés et regardants.

Ce regard « de-biais » résulte du fait que l'image s'affiche sur l'écran lorsque nous tentons, grâce à ce dernier, de cadrer notre selfie. Bien souvent, l'individu ne fixe pas devant lui et il ne fixe pas la lentille donc, il ne fixe pas non plus le regardeur de l'image reçue. Il ne regarde pas non plus un « au-delà-de-lui-même », en cela, c'est n'est donc pas un regard « de-côté ». Le selfiste regarde son visage comme un masque, comme un signe à illustrer un « étant », un « *being* » passager. Il livre simplement un « être-là », une « étance identitaire » qui se complaît et se suffit de sa contingence et de son caractère éphémère (Ibid.). « Ce « moi » qui « est » - et non qui « suis » - exprime alors un détachement entre le sujet « moi » et l'état « est ». « C'est moi qui est » permet alors de décrire des « états » d'emprunts (...) » (Ibid.). L'auteur compare cette expression aux verbes italiens *stare* et *essere*. Bien qu'ils soient tous les deux traduits par le français « être », le premier est utilisé pour des états passagers lorsque le second renverra un « être » plus ancré, voire permanent. *Stare* est donc ce « moi-qui-est » et *essere* ce « je-

²³ Traduction francophone du mot selfie davantage utilisée au Québec que dans les autres pays de la francophonie.

suis » (Ibid.). Dès lors, le selfie n'interroge, non plus qu'il n'image un « je suis » mais plusieurs « c'est-moi-qui-est » (Lichtensztein, 2015 : 30).

Ainsi, les états peuvent changer au gré de la journée. Comme Clara qui me disait que sa journée avait bien commencée, imagée par un selfie devant le miroir de la salle de bain, où tout allait bien jusqu'au milieu de l'après-midi avec un selfie annoté de la légende : « *fuck my life* » - *quand un pigeon te chie dessus - état : énervée*. Celle-ci affirmait exagérer ses états d'humeur dans ses selfies pour marquer davantage son point. Ces différents « états » impliquent que le selfiste porte un masque tantôt exagérément heureux où il est fier de son apparence corporelle et vestimentaire, tantôt énervé, où il accentue sa frustration. Naivin a remarqué aussi que la transitivité propre à ces multiples états affectifs oblige en outre l'accentuation de l'humeur que l'on souhaite transmettre (Naivin, 2016 : 136). Cet aspect surjoué selon l'auteur n'est pas inutile, il permet de mettre à distance l'autosatisfaction proclamée qui pourrait passer comme un comportement prétentieux.

De telles manières, les individus s'offrent à voir de multiples façons à travers des photos. Peu importe la manière dont ils se mettent en scène, celles-ci sont élaborées en fonction des personnes dont ils souhaitent attirer le regard²⁴. Toutes ces facettes sont autant de « c'est-moi-qui-est » qui sont une manière de se donner à voir sans se livrer. Chez l'individu hypermoderne la « face » tend donc à remplacer le « visage social » et devient une sorte de « porte-état », une « porte-étance » sans jamais que celles-ci n'aient la prétention de le définir ou de le contenir (Ibid. : 139). L'image de soi devient ainsi une image biaisée de soi qui assume son artificialité et sa contingence, et se limite à une vocation purement *monstrative*. Dès lors, si cette notion de « soi », le « self » donc, voit le jour avec Diderot qui y voyait « ce qui définit un individu (...), son univers personnel fait d'instance sensible autant que d'instances réfléchies (Ibid., citant Vigarello : 139). Le regard « de-biais » de ces images trahit alors un regard qui évite le destinataire, trop concentré sur son « moi-image » qu'il contrôle et savoure sur l'écran de son Smartphone. Ce faisant, et parce que les yeux symbolisent de manière générale la vérité, la sincérité d'un aveu ou d'une parole, le regard « selfique » est un regard qui se dérobe et nous ment (voir annexe 10). Le masque de l'hyperpose se double d'un « regard-écran », d'un « regard-vers-l'-écran » qui nous ignore et semble centré sur lui-même. Mais s'il nous évite, l'« autoregard » selfique ne s'atteint jamais non plus. Le selfiste n'atteindra jamais son propre regard, car celui-ci par « nature » le fuit. *Perdu dans un « moi-image » aveugle, il multiplie alors ces « c'est-moi-qui-est », comme autant de versions temporaires de lui-même* (Ibid. : 141).

A partir de ce moment, le selfie peut dès lors être vu comme un bavardage identitaire. Selon André Gunthert, le téléphone portable permet au selfiste d'être un « touriste au quotidien » de lui-même,

²⁴ Ceci a été confirmé avec mon terrain lorsque je décrivais le premier moment du groupe des « actifs ».

ou en tout cas du territoire banalisé qu'est devenue sa « face » (Gunthert, 2015 : 62). De plus, ces photographies de lui-même deviennent de plus en plus prévisibles, stéréotypées et sans étonnement. J'avais mis cela en évidence en remarquant que chaque femme avait choisi un angle de photographie particulier qu'elle répète sans cesse.

3) Le selfie marqueur d'une nouvelle sensibilité

Pendant longtemps le rapport de la photographie à la mémoire était considéré comme prégnant. Et c'est de cette manière que s'est notamment définie la photographie. Qu'on rappelle Pierre Bourdieu et son étude sociologique à propos de la photographie comme art moyen, ou de Roland Barthes qui recherche théoriquement, avec le *punctum*, l'ici et le maintenant, une essence propre à la photographie. Il semble qu'à partir du début du XXe siècle, les familles utilisent la photographie afin d'immortaliser les grands moments jusqu'à, parfois, créer une mythologie qui permet d'oublier la réalité ou de s'en éloigner. Dès lors, les albums familiaux mêlent des images qui témoignent de la véracité d'un événement et d'autres qui sont destinées à faire oublier un épisode douloureux que chacun voulait (se) cacher. Dans le premier cas, la photographie expose un moment agréable et permet aux individus de se le remémorer. Dans le second cas, elle assimile à une certaine date des visages souriants, malgré qu'il s'agisse d'une période rude pour ces mêmes visages.

Ainsi, comme nous le rappelle le psychanalyste Serge Tisseron, avec le numérique, la photographie devient de moins en moins un support de mémoire et de plus en plus un support de construction identitaire et de lien social. Si on suit le raisonnement de l'auteur, au temps de l'argentique, la fonction principale de la photographie était de se remémorer et la fonction secondaire était la construction identitaire. Aujourd'hui il semble s'être opéré une inversion dans la hiérarchie des fonctions (Tisseron, 2001). En effet, la fonction de remémoration de la photographie tend à s'estomper, pour faire place à une nouvelle fonction qui est de l'ordre de la construction identitaire et du lien social.

Le passage au numérique a permis aux utilisateurs de multiplier les clichés presque à l'infini. Aujourd'hui on fait plus de photographies en une année qu'au cours du dernier siècle. André Gunthert, affirme qu'il y a un nouveau régime de l'image lorsque celle-ci existe numériquement. Si on considère l'aspect technique des images, en tant que tel, celui-ci n'a pas fondamentalement changé, on a vu qu'il s'est juste perfectionné. Par contre ce sont les pratiques et les usages des images qui ont été redéfinis avec l'avènement du numérique. En plus des changements de regard de l'autoportrait, la technologie numérique a apporté à la photographie trois déplacements fondamentaux.

Le premier déplacement est la fluidité qui permet la transformation d'une image en information. Afin que les images soient manipulables et qu'elles puissent être stockées dans un ordinateur, il faut les transformer en chiffre (binaire). Cette invention est clairement révolutionnaire, car c'est un nouveau langage. On passe dans les deux cas d'un état tangible à un état qu'on appelle virtuel. Récemment, l'image

était encore considérée comme un objet, qui avait une existence matérielle, et donc limitée en termes de propagation. Toutefois, avec le virtuel, l'image a toujours une matérialité, mais avec la caractéristique d'être une matérialité calculée²⁵. Celle-ci engendre une grande fluidité qui permet à l'image d'être aussi fluide qu'un texte, et elle peut dès lors circuler plus aisément dans les canaux adéquats. Par conséquent, si l'image numérique devient manipulable, c'est grâce à sa qualité de fluidité.

La deuxième rupture est de l'ordre de l'intégration. Avant l'avènement du numérique, l'image était un objet, elle avait des espaces et des usages qui lui étaient propres, et qui, sur le plan anthropologique, la caractérisaient. Mais tous ces espaces à la fois techniques, sociaux et anthropologiques étaient des espaces spécifiques indépendants l'un de l'autre. Avec la numérisation, l'outil photographique va s'intégrer à d'autres sortes d'outils comme le téléphone et l'ordinateur portable. La situation de l'image est modifiée, car elle est devenue un élément parmi d'autres outils généraux. Par ailleurs, ces outils comportent une fonctionnalité visuelle, mais sont des outils de travail autant que des outils de jeu. Par cette intégration, l'image entre en contact avec l'univers ludique²⁶. Aujourd'hui, les téléphones portables, en plus d'être des outils communicationnels, sont également des outils de jeu et des outils photographiques. D'un autre côté, le jeu est un élément consubstantiel à la culture, Johan Huizinga qualifie d'ailleurs l'homme d' « homo ludens ». Il est tout un travail à consacrer sur le thème du jeu dans la pratique même du selfie car il est d'une part, souvent entaché d'humour, de second degré et d'ironie, et d'autre part, de plus en plus offert à la possibilité de filtres humoristique que l'on retrouve sur des applications comme *Snapchat*.

Enfin, troisièmement, la communication de la photographie est peut-être la révolution la plus importante. Aujourd'hui, les réalisations de vidéos et de photographies peuvent être utilisées de manière communicante. La photo devient un objet de mise en relation avec autrui, ce point a déjà été largement détaillé plus haut dans ce chapitre au point intitulé « Quel regard pour le selfie ? ».

La dématérialisation des contenus apportée par l'informatique et leur diffusion universelle par le truchement des canaux d'internet va conférer aux œuvres de l'esprit et aux images en particulier une fluidité qui déborde tous les canaux existants. Cette faculté nouvelle favorise l'appropriation des contenus et la remixation²⁷.

Néanmoins, là où je rejoins Tisseron et Gunthert c'est dans l'observation du rapport tout à fait inédit qui est l'utilisation du selfie comme objet de mise en relation à autrui et comme potentiel support de la construction identitaire de l'individu. Parallèlement, les adolescents expérimentent de nouvelles façons de construire la relation à l'autre, mais aussi à leur propre identité au travers de la photographie. Aussitôt, le désir d'extimité, qui consiste à décider de montrer certains aspects de soi jusque-là gardés

²⁵ Cette matérialité calculée est une série de 0 et de 1.

²⁶ Dans ce présent travail je ne peux aborder la notion de jeu malgré sa pertinence irrévocable lorsqu'on aborde le numérique.

²⁷ Procédé par lequel l'utilisateur en s'appropriant un objet le détourne intentionnellement. Cet acte se situe certainement entre le jeu et le processus créatif. Je ne rentrerai pas dans les détails de cette pratique bien qu'elle mériterait une analyse approfondie.

cachés pour obtenir une validation par le regard d'autrui est au cœur de cette quête relationnelle. L'image est convoquée pour jouer avec l'identité, montrer ce qu'on veut mettre en avant de soi, pas forcément parce qu'on désire cacher le reste, mais parce qu'on choisit de le montrer au moment où on le décide, et à qui on le décide.

Déjà à l'époque dite postmoderne, l'image répond au besoin de plus en plus urgent de l'homme de donner une expression à son individualité (Freund, 1974 : 28). Faire des photos est, pour l'individu, une façon d'extérioriser des sentiments. La prise photographique appuie la conviction du photographe d'être présent au monde, elle est donc un lieu d'exaltation (Tisseron, 1996). L'image est intuitive et accessible, elle s'adresse à l'émotivité de manière immédiate et sans concerter la raison (Freund, 1974, Barthes, 1980 : 38-39). Ma formation en Anthropologie m'a également enseigné que les sens nous rendent présents à nous-mêmes et que la vue d'une image ou de la réalité nous « touche ». Comme Merleau-Ponty nous le rappelle, il y a une dimension physique de la vue dans le sens où les stimuli visuels (les ondes) viennent toucher notre rétine.

4) L'éthos du selfiste

Si à chaque selfie succède un autre selfie, l'individu hypermoderne multiplie ces images comme pour se prouver qu'il est encore là. Le selfie remplit en cela à son tour la fonction de permettre à l'homme hypermoderne de poser des repères dans un environnement qui en est de moins en moins doté et au sein duquel seul compte le présent absolu du « être-là » (Naivin, 2016 : 142). Alors que le monde « classique » était fermement tourné vers le passé, le monde « moderne » est tourné vers le futur, désireux de voir dans la technicisation et la rationalisation de la société une promesse de progrès et d'à-venir. La postmodernité marque la fin de cette foi en un « à-venir ». Le culte de l'individu, de la consommation et du loisir, de la jeunesse et du cool, marquèrent un tournant culturel dont nous sommes aujourd'hui les héritiers. L'avenir est désormais moins important que le présentisme consumériste. C'est un positionnement logique dans un monde qui a vu progressivement se consumer et tomber en désuétude les anciennes utopies religieuses, politiques et culturelles.

Précédemment, on a vu que l'hypermodernité se caractérise par une angoisse du présent et de l'« à-venir ». Si les individus se replient toujours plus sur eux-mêmes, ils produisent une société qui s'étourdit dans ce qu'elle peut contrôler, à savoir la technique et l'hyperconsommation. Cette « hyperprésence » à lui-même que lui permet son Smartphone - *liker* ou non un lieu, un plat ou un spectacle, se prendre en photo et se partager - tout comme l'hyperconsommation lui permet alors de « combler la vacuité du présent et du futur (...) et de réintensifier le cours de la vie quotidienne » (Lipovetsky, 2004 : 82).

En effet, en mobilisant Charles Melman, Naivin nous explique qu'il voit dans le fait que l'individu contemporain multiplie les signes de soi afin de combler ce vide identitaire qu'ont laissé des siècles de destruction ontologique de l'homme. Cet individu ne peut plus se projeter dans un futur qui apparaît de plus en plus incertain et qui vit désormais dans un présent vulnérable, en proie aux risques

d'attentats et de pandémies, de crise sociale et économique (Naivin, 2016 : 143). Prendre ces images de lui-même devient pour l'hypermoderne comme une façon de se recentrer sur lui-même dès que son *stare* est modifié par une donnée extérieure à lui-même (un nouveau lieu, une nouvelle rencontre, une nouvelle temporalité). Il vérifie qu'il est toujours bien là, et qu'avec ce lui-même qu'il fixe et partage, il maîtrise encore son « être-là » ou son « être-avec », au point de le statuer en le communiquant (Ibid. : 144). Le psychanalyste français Serge Tisseron qui avait mis en avant la vertu médiatisante de l'acte photographique affirme que le sujet médiatise ce qu'il voit grâce à l'appareil photo qui ainsi normalise, met à distance réelle et symbolique ce nouveau *lieu commun (topos)* (Tisseron, 1996).

Ensuite, Naivin met en évidence que de nouveaux gestes son apparu avec ces nouvelles technologies. La main, certainement le premier outil de l'humanité, s'est vue adoptée de nouveaux gestes. Le moment n'est plus à la préhension, tant physique qu'intellectuelle, mais au défilement (Naivin, 2016 : 145). Selon l'expression de Michel Serres, « petite poucette », les *digitals natives*, ne veulent plus prendre ni remodeler le monde, mais le faire défiler d'un seul mouvement de doigt sur leur tablette ou leur Smartphone. Ce monde devenu de plus en plus complexe et parfois incompréhensible, l'être hypermoderne le préfère vu à travers le filtre de sa page *Facebook* (Ibid. : 145).

L'être hypermoderne se multiplie et dissémine sur les réseaux sociaux numériques (RSN) ses égoportrait pour se confirmer sa présence et sa place dans ce monde. Finalement, le selfie semble être un « c'est-moi-qui-est » avec moi (Ibid. : 146). C'est dans ce sens qu'il faut considérer le selfie comme un repère, une balise. Le selfiste produit de multiples versions de lui-même pour mieux se retrouver dans un monde multiple et déroutant. Ainsi, constamment connecté à lui-même, aux autres et aux médias d'un XXIe siècle bavard grâce à son Smartphone, le selfie est alors pour lui un moyen de s'intégrer dans ce flux incessant d'images et de nouvelles. Le « faire-son-image-de-soi » lui permet alors de se reterritorialiser en marge des grands flux qui traverse un monde en ébullition, mouvement qu'André Rouillé décèle dans la photographie de la fin du XXe siècle (Ibid.). Ainsi comme on l'a déjà observé, ces versions de soi s'accumulent et sont aussitôt remplacées par d'autres. « En devenant lui-même flux, l'être hypermoderne s'approprie le présentisme du XXIe siècle où ce qui n'est pas actualisé n'existe pas » (Ibid.).

Dans ce sens, le petit poucet hypermoderne veut se créer sa propre image de soi dans un double mouvement contradictoire qui ambitionne de s'obstiner à se différencier de ses ascendances culturelles et familiales, à se déconditionner donc, mais pour mieux se reconditionner en s'appropriant des codes formels du selfie et des normes éditoriales des réseaux sociaux (Ibid. : 147). Dans ce sens, le Smartphone permet une autonomie, mais elle se révèle vite artificielle tant ces nouvelles « image-de-soi » et ces « c'est-moi-qui-est » se veulent connectés à toute une génération. Si pour Lacan le miroir permet à l'enfant de prendre conscience de son « être-image », l'écran du Smartphone devient le moyen par lequel le selfiste reconstruit son image à son gout et de s'y réfugier à tout moment (Ibid.). Pris dans le flux et dans l'obligation de sans cesse alimenter son propre flux, il réactualise sans cesse ce « moi-image ».

« La postmodernité avait cultivé la consommation d'être, l'hypermodernité continue cette défiance contre l'identité durable d'un « je-suis » qui, pour ne pas s'opposer à un « je-suis-autre-chose », en fait un « c'est-moi-qui-est » provisoire. L'identité devient en cela consommable et remplaçable à volonté. (...) Le selfie sert ainsi à donner à voir ces changements incessants de « je » (Ibid. : 148).

Selon Laurence Allard, l'hypermoderne est perdu dans une société sans repère et cherche à tout prix de rentrer dans un ensemble. Le soi exprimé à travers différents contenus expressifs est rendu visible et permet d'éprouver des identités multiples (Laurence Allard, p.36). La photographie amateur depuis Kodak avait permis à l'amateur de mettre en image son quotidien, son monde et de devenir le média privilégié de son existence et de son histoire. Cependant, ce « tous-les-jours » restait dans le secret d'un visionnage privé et intime (Naivin, 2016 : 151). Avec les selfies, la logique est tout autre. Leur vocation est en effet d'être envoyées, essaimées, diffusées à un nombre plus ou moins important d'intimes ou au moins de connaissances, certes, mais également à être exportés sur les réseaux sociaux. L'intime est devenu « extime », et le privé s'exhibe sur l'internet public. Si le photographe amateur avait pour désir de peupler son espace privé de ses propres images, le selfiste souhaite au contraire remplir l'espace public d'images de lui.

« Pour combler le vide d'un passé révolu et d'un futur cataclysmique, petit poucet densifie ce vide ontologique qui l'entoure par des images de lui-même. Celles-ci le rassurent en lui donnant la preuve qu'il est encore là, en pixels et en mouvement, (...). En étant validés par la communauté par des like, des avis ou des réponses, ses selfies lui prouvent alors existe bien puisqu'il a été vu et annoté ». (...) Le selfiste fantasme à l'idée de faire du présent son image propre et il le colonise dans ce but avec ses propres « faces » (Ibid. : 152-153).

C) Quand l'apparence s'imbrique dans la séduction

A l'issue de ce chapitre, j'aimerais également formuler à l'aide de Vigarello l'importance de la pratique sportive avec la prise de conscience de son corps propre. Après la Seconde Guerre mondiale, on commence à parler de l'enjeu de perception du corps propre, d'attention intériorisée, de répétition mentale. La pratique sportive semble donc engager l'individu dans une sensibilité et une attention de son propre corps. Le travail sur soi prétend plus que jamais se faire travail mental (Vigarello, 2011 :190). Ainsi, la deuxième moitié du XXe siècle voit les individus chercher un moi intérieur au travers de l'effort sportif. Cette tendance ne fera que se généraliser de plus en plus. Le triomphe du sujet hypermoderne vise en quelque sorte la transparente écoute de soi. Ce nouvel âge du sensible n'est autre qu'un nouvel âge de l'individu (Ibid. :191). Il est une étape nouvelle dans l'histoire de l'individu en tant que pour la première fois le travail sur l'intime se fait pratique de masse. A partir des années 1970 -1980 on cherche le mieux être dans son corps en ce sens que ce dernier est le lieu des maux psychique (Ibid. : 193).

Retrouver sa nature profonde en son propre corps. On a fait du corps une instance psychologique qu'il suffirait d'apaiser. Cela permet de rendre intelligible des métaphores telle que : redécouvrir son corps, être en harmonie avec son corps, s'occuper de soi en s'occupant de son corps, etc. En d'autres termes, c'est par le corps que l'on peut se rapprocher de notre vérité intérieure (Ibid. : 194). Ce sont autant de slogan utilisés dans le marketing où l'on retrouve en filigrane le corps devient le lieu d'interminable exploration (Ibid. : 195). L'individu hypermoderne est convaincu de pouvoir agir indéfiniment sur son propre corps, d'échapper à tout enracinement physique et de s'inventer un organisme aux possibilités encore imprévisibles. Ce qui engendre que les profils actifs propagent des images d'elles-mêmes qui ne sont pas le reflet de la réalité. Enfin, selon Vigarello, depuis le recul des mythes et des religions qui s'est confirmé pendant la période postmoderne, il n'est plus possible de penser l'infinitude. Le corps exploré semble prendre le relais de ces discours de manière plus discrète (Ibid. : 196). Dans un monde qui se désenchanté, le corps se voit prendre une nouvelle place. Dès lors, le corps et son développement sont devenu une expérience intime, une quête d'exploration identitaire (Ibid. : 197).

Avec l'avènement des nouveaux moyens de communication et de leurs supports, de nouvelles formes d'écritures sont désormais inscrites dans la production et dans la consommation. Le rôle des sens est crucial, car ce sont de nouvelles formes de communications qui entraînent la vue, l'ouïe et le toucher dans un rapport au temps et à l'espace fondamentalement différent. D'après les points fondamentaux des fonctionnements de la visibilité, on remarque un développement de processus paradoxaux liés aux effets de mise en visibilité de la société. La quête d'une extension illimitée de soi, le soi extérieur, celui qui est « visible » est concomitante des processus de réduction de soi, le soi intérieur, l'intime. Cette visibilité, selon les auteurs du livre co-dirigé par Nicole Aubert et Claudine Haroche, *Les tyrannies de la visibilité*, semble aplatir l'expérience, spatialiser l'imaginaire du mode d'existence et appauvrir l'espace intérieur de chacun.

Dorénavant, cette injonction à la visibilité ne renvoie ni à ce que je fais, ni à mes pratiques, ni à mes compétences et ni à mes actes mais plutôt à ce que je montre. Cette injonction me réduirait à mes seules apparences alors que si je suis considéré pour -et par- mes actes, dès lors, je laisse une place à l'existence d'une sphère intime protégée du regard des autres. L'injonction à la visibilité correspond à l'avènement d'une société de l'image. Cette société, également décrite par Richard Sennett, réduit la sphère de l'intime de l'individu au profit d'une « apparente » transparence marquée par un souci de présentation de soi (Sennett, 1979). Cette société de l'image met le monde sur écran et considère l'écran comme le monde, mais c'est aussi une société de l'exhibition, où tout savoir c'est tout voir (Barus-Michel, 2011). Dans une telle société, l'individu ne semble être en contact qu'avec des apparences et n'être lui-même qu'une apparence, voire un simulacre. Au cogito cartésien semble s'être substitué le « je vois, je suis vu, donc je suis » (Birman, 2011). Il semble un fait évident que dans nos sociétés l'apparence a une importance redoutable. Une des réponses possibles évoquées par Vigarello est d'émettre l'hypothèse que les individus, beaucoup plus qu'auparavant, sont renvoyés à leur apparence, tout simplement parce

qu'ils existent beaucoup moins physiquement à travers leur appartenance professionnelle ou les signes de différenciation sociale (Vigarello, 2003b : 3).

Par ailleurs, il y a eu une évolution du mot séduire. Ce mot lors de l'ancien régime était fortement connoté négativement. Aujourd'hui, il revêt un caractère positif. Selon Vigarello, les mots de l'apparence sont intéressants parce qu'ils révèlent des contextes et des repères culturels. Ainsi, le mot « séduction » dans la France ancienne peut très vite être traversé par le problème juridique. Un acte de séduction peut, sous l'Ancien Régime, être un acte condamné. Donc il faut bien s'interroger sur ce qu'on entend par séduction. Il y a dans la jurisprudence ancienne et même dans la loi, la distinction entre la séduction non violente et la séduction violente aussi appelée séduction à force. Mais en quoi est-ce intéressant de s'interroger sur le fait qu'il y ait eu un rapt de séduction et un rapt de violence ? Tout simplement parce que la séduction au XVIIe siècle, par exemple, est un acte qui est considéré comme l'exercice d'une influence sur quelqu'un. Séduire quelqu'un, c'est le mettre en quelque sorte dans une position de dépendance à l'égard de soi (Vigarello, 2003b : 4). Etymologiquement, séduire, c'est tirer quelqu'un à l'écart, le dévier, le détourner d'un parcours initialement prévu (Harrus-Révidi, 2007 : 27). On exerce une sorte d'acte de force à son égard. Donc, le séducteur corrompt. On décèle bien une forte connotation morale dans ce terme. La séduction serait un état et une action se dotant d'un moyen pour induire l'autre à la tentation (Ibid. : 28). C'est une mise en scène pour capter l'autre et littéralement le ravir, le voler à lui-même. Par cet acte au fond peu visible il s'agit purement et simplement de s'en rendre maître, ce qui est bien le pouvoir suprême que peut exercer un individu sur un autre (Ibid.). Harrus-Révidi émet l'hypothèse de deux types de séduction où l'une serait passive et l'autre serait active. La séduction passive relève des qualités intrinsèques et inhérentes à la féminité et au féminin (Ibid. : 29). Tandis que l'autre séduction, qualifiée d'active donc, résulte d'un projet conscient, d'une manœuvre tactique et stratégique mise en parole et en acte dans le but d'attirer sexuellement une autre personne (Ibid. : 29). Ces deux pôles d'activité sont constamment dialectisés, où l'on passe de l'un à l'autre.

On remarque immédiatement que ce mot révèle une définition ne signifiant pas la même chose aujourd'hui qui est un sens doublement positif (Vigarello, 2003b : 6). En effet, il fait premièrement rentrer le séducteur dans un monde de reconnaissance : on est reconnu et valorisé lorsqu'on séduit. On entre, dans un second temps, dans un monde d'égalité. On séduit des gens qui sont à l'égal de nous (Ibid. : 7). Dans le monde de l'Ancien Régime, cette démarche-là s'opère dans une logique de mise en supériorité de soi par rapport à l'autre. La séduction est pensée dans un monde qui est inégalitaire, et qui ne peut être pensé qu'à partir d'une systématique inégalitaire (Ibid. : 8). Parler de séduction aujourd'hui est différent qu'avant. Les faits marquants de cette évolution sont sans doute l'évolution du statut et du rôle de la femme. A cela s'ajoute la nouvelle temporalité à l'œuvre dans cette société hypermoderne. Si l'attente, la durée, la scansion sont une condition nécessaire à la séduction, puisque selon Baudrillard : « Séduire, passivement ou activement, c'est savoir scander le temps, car la séduction n'est pas de l'ordre

de la nature mais de l'artifice » (Baudrillard, 1988 : 121), qu'en est-il aujourd'hui ou attendre c'est perdre son temps ? Dans une optique d'hyperconsommation où le tout, tout de suite, règne « (...) la femme est perçue non plus tant comme un objet banal, (...), mais un objet à consommer, potentiellement consommable » (Harrus-Révidi, 2007 : 266).

Harrus-Révidi ajoute qu'un autre changement majeur de la séduction s'est opéré. Le mystère et le non-vu tendent à s'effacer devant des corps dénudés et stéréotypés. Selon elle, ce sont les médias qui véhiculent ces corps « stéréotypés » (Ibid. : 266). On a vu précédemment que la société tendait, déjà à l'époque postmoderne, vers des informations stéréotypées, selon moi, les corps et les critères de ceux-ci tendent aujourd'hui à l'uniformisation. Lors de mon terrain, j'étais assez surpris d'apprendre que les canons de beauté renvoyaient presque systématiquement à des fesses bombées, une poitrine imposante, des lèvres pulpeuses et de grands yeux en amande. Ainsi, « une partie du corps, les yeux, les seins ou les jambes, devient métonymie du corps en son entier » (Ibid. : 134). La séduction est factice, elle est manipulée et cela fonctionne car l'homme jouit plus du simulacre que de la réalité, rien n'est aussi réel que la fiction (Martens, 1980 :34). Harrus-Révidi affirme que la séduction a pris une nouvelle forme qui se démarque de l'ancienne en prenant son contre-pied (Harrus-Révidi, 2007 : 267). Selon elle, une thématique de l'anti-séduction se met en place, car l'immédiateté engendre une vision qui l'emporte sur le non-vu, sur le mystère et sur la suggestion (Ibid. : 268). Si séduire c'est faire rêver l'autre et que cette part de rêve ne peut éclore que dans le temps de l'absence, hors de la vue (Ibid. : 130), la tyrannie de la visibilité semble empêcher toute séduction.

Selon moi, en fonction des témoignages que j'ai recueillis, les selfies sont très stéréotypés et dévoilent des corps manipulés. Nous avons vu que certaines femmes, même les plus sportives, prennent des précautions quant à leurs positions, leurs vêtements afin de renvoyer une image de leur corps qui finalement n'existe pas. C'est à chaque fois une version fantasmée d'elles-mêmes qu'elles renvoient aux réseaux sociaux. Les selfistes ne font qu'exposer un corps, de manière continue et immédiate. De plus, les femmes du groupe des actives semblent avoir incorporé les idéaux esthétiques dans leur « sentir ». Les phrases : « *Je me maquille pour me sentir bien et avoir confiance en moi. Je me préfère quand je suis apprêtée* », ou de manière plus excessive : « *j'ai l'impression que c'est quand je suis comme ça que ça représente vraiment qui je suis, comme je me sens au fond de moi-même* ». Ce sont autant de témoignages où j'ai l'impression que ces jeunes femmes ne peuvent pleinement s'assumer sans artifice.

Instrumentalisée, la séduction est réduite à sa caricature et ne fonctionne plus alors que dans un registre de fermeture narcissique (Juranville, 2008 :35). Dans la société du spectacle, écrit Georges Vigarello, « il faut être vu », et donc masqué ses imperfections, travestir le réel pour montrer une image de soi favorable (Vigarello, 2010 :162). Cette société prône un corps éternellement jeune, mince et beau avec toutes sortes de pratiques associées (chirurgie esthétique, botox, régimes, produits anti-âge, cosmétique, bronzage, etc..) qui sont là pour soutenir l'idéologie dominante (remise en cause par exemple à travers le mouvement de l'éco-beauté). Cela rejoint la définition de la séduction définie par

Baudrillard au chapitre III. A savoir, la séduction c'est l'art du jeu des apparences. Selon moi, le jeu des apparences s'est confondu avec le bien-être. Cet être fantasmé devient le produit de la recherche du bien-être. Ce bien-être est ressenti quand elles se sentent plus que ce qu'elles sont vraiment. Elles manipulent leur apparence dans le but de donner un reflet de leur réalité intérieure. Cette mise en scène de soi-même au travers de la manipulation esthétique (maquillage, vêtement), par la manière dont on prend le selfie (position adoptée, angle de prise de vue) ou encore grâce à toutes les retouches (*Photoshop ou les filtres Instagram et Snapchat*) engendrent une femme qui se propose en tant qu'objet de consommation.

VI. Conclusion

Depuis la révolution culturelle de la photographie amorcée aux Etats-Unis, l'imagisme devient démocratique et le quotidien imageable. L'instantanéité, la facilité d'usage et la transportabilité permirent alors de produire de nouvelles images, mais également un nouvel « imageur » incarné par le photographe amateur (Naivin, 2016 : 155). Qui plus est, le présent personnel est préféré à l'histoire ou aux mythes collectifs, le proche remplace le lointain et le quotidien succède à l'éternel. C'est d'abord la firme de George Eastman qui initie un « faire-image » assisté et collectif. Le photographe devient un utilisateur dissocié de la production car, Kodak puis Polaroid, s'occupent du développement. Le « faire-image » devient dès lors une consommation frénétique d'instantanés qui peuvent être ensuite classés dans un album, accrochés au mur, offerts, glissés dans une poche et aujourd'hui envoyés par courrier électronique ou autres. L'image devient multipliable, consommable, partageable, et finit par s'effacer derrière sa fonction de marqueur de notre « être-là ».

A cet « être-là » se substitue selon moi, un « être-là-fantasmé ». Je m'explique : en remarquant l'application constante de filtres et de corrections visuelles par les selfistes, je constate une manipulation de l'apparence. Cette version augmentée n'est cependant pas considérée comme une image « fausse » de soi-même, mais elle exprime plutôt un idéal imaginé de soi-même. Bien qu'il soit imaginé, il se matérialise, en se figurant sur l'écran ce qui, selon moi, implique un glissement dans l'imaginaire de l'individu. Autrement dit, la « version fantasmée » de soi-même en vient à évincer la « version réelle ». Cette « être-là-fantasmé » est d'une part, propagé par les médias et les stars telles que Kim Kardashian, Nicki Minaj et d'autre part, acclamé et soutenu à travers les *likes* et les commentaires de nos contacts. Dès lors, l'écran du Smartphone n'agit pas comme un miroir ordinaire, au contraire, il nous renvoie à une version augmentée de soi-même. Rappelons-nous la jeune Finlandaise qui dévoile certains procédés afin de cacher certains défauts physiques. D'après les constatations tirées de mon terrain ethnographique, j'ai l'intuition que plus on partage de selfies, plus on se confond avec cet « être-là-fantasmé ».

On a également vu la propagation de techniques et d'artifices permettant une meilleure manipulation de son apparence. Conjointement, on a pu constater que l'être s'est progressivement souscrit à l'apparence. Engendrant une société de l'image où la réalité se voit substituée par le simulacre, car la fiction serait plus réelle que la réalité.

Selon Naivin, le selfie s'inscrit dans une tradition américaniste de l'image. Présentiste et « quotidienniste », celle-ci se caractérise aussi par une production d'intime industrialisée (Ibid. : 156). Ainsi, le personnel devient un intime de masse (voir annexe 11). Des premiers Kodaks aux actuels Smartphones, l'américanisme photographique peut ainsi être vu comme une surproduction d'intime, faisant de l'individu *lambda* un imageant de sa propre vie. La production médiatique d'images fixes et animées s'accompagne alors d'une production personnelle d'instantanés fixes et archivés. Ce quotidien

imageant et imagé se révèle dès lors comme le signe d'une postmodernité devenue aujourd'hui « hyper », perdue entre un passé démodé, un avenir inquiétant, et désormais un présent vulnérable (Ibid. : 156). Le faire photographique, selon Naivin, est l'expression d'un sujet soucieux de créer sa propre mythologie quotidienne dans une société sans grands récits, ni utopie.

La pratique de la phonéographie reprend donc cette démocratisation de la pratique comme du sujet photographique qu'initient les premiers Kodaks et que développent les Polaroids. L'image perd de sa sacralité et le privé devient par la suite photographiable. Nous actualisons donc sans cesse notre « *being* », notre « en-train-d'être-là » pour résister à une culture du « maintenant absolu » (Naivin, 2016 : 156). Selon Naivin, le selfie participe de ce désir de s'ancrer dans un « vivre » toujours plus relégué à un acte consumériste (voir annexe 12). Il reprend l'instantanéisme que rendent possible les appareils Kodak, et y ajoute le ludisme et le « multiplisme » du Polaroid, en produisant des photographies de soi sans la prétention ni l'aura des traditionnels autoportraits. Le selfie témoigne ainsi d'un regard « de-biais » qui tout en restant fidèle à l'intimisme photographique, donne à voir une mythification de soi-même toujours plus éphémère, factice et consumériste²⁸ (Ibid. : 157).

Le selfie posté de manière publique est une sorte de preuve à soi-même de sa persistance dans un monde instable. Ainsi, par cette pratique, l'individu hypermoderne vérifie qu'il maîtrise encore ce qu'il consomme - relations, lieux, expériences - tout comme il événementialise la vacuité d'une existence sans autre absolu que soi-même. Le visage devient alors une « face » normée et catégorisée dont le selfiste fait sa balise pour mieux « gérer » un présent en mal de sens. Au travers de la pratique du selfie réside une nouvelle pratique imageante de soi. Le *self* n'y est plus interrogé ni sondé, ni même artialisé ou socialisé. Il est bien plutôt objectalisé, voire utilitarisé ou socialisé, devenu un signe de reconnaissance entre selfiste au sein de la tribu hypermoderne 2.0, en même temps qu'il est un appel à valider son vécu. On ne vit plus « *pour* soi » ni « *pour* les autres », nous vivons désormais « *par* les autres ».

Le Smartphone est ainsi devenu un objet incontournable qui, tout en rendant toujours plus aisé et instinctif le « faire-image » est à lui seul un symbole, voire un symptôme de notre hypermodernité connectée et « hyperimagiste » (Ibid. : 158). Le selfie semble, malgré sa continuité avec la tradition de l'autoportrait, perpétuer cette autre tradition de l'imagisme démocratisé et quotidiennisé. Le selfie, s'il continue une déjà longue histoire de l'autoreprésentation, inaugure donc une nouvelle ère qui est inédite dans ce qu'elle exprime d'un nouvel « être-à-soi » et « être-aux-autres ». Il convient donc de considérer l'égophotographie comme l'expression d'un nouveau regard sur soi, doublée d'un nouveau « soi » (ibid. : 159). Il semble que l'ère des réseaux sociaux produit alors un imagement de soi comme objet,

²⁸ Voir annexe 13

comme identité modulable et factice, comme un « c'est-moi-qui-est » transitoire et normé autant que codé (voir annexe 14). Le selfie ne se cantonne pas à une simple auto-fascination et obsession de soi mais décline un être humain qui se réalise aujourd'hui plus que jamais par et pour l'image²⁹ (Naivin, 2016 : 159).

Dans ce mémoire, j'ai tenté de saisir, à la manière de Michel Maffesoli, l'imaginaire contemporain en tant qu'atmosphère, en tant qu'idée de tonalité, ce que Schultz a appelé la syntonie. Selon Maffesoli, le sociologue cherche, renifle l'esprit du temps, la climatologie, Il devient en ce sens un peu météorologue (Maffesoli, 2016). En retraçant la généalogie d'une pratique très courante telle que le selfie en tant qu'héritier de l'autoportrait, on s'aperçoit d'une multitude d'évolutions au cours de l'histoire. Ces évolutions sont allées dans une direction qui prône une exhibition progressive de l'intime. Actuellement, il en ressort une esthétisation de la vie quotidienne (Lipovetsky & Serroy, 2013 :12) et une esthétisation de notre propre image. Par ailleurs, suite à ce qui a été abordé dans ce mémoire quant à la représentation du corps, on constate que celle-ci, de même que la place qu'on lui assigne, découle du même processus que celui qu'a subi l'intimité. En deux siècle, on est passé de la négation de la séduction à une exposition de plus en plus exacerbée de celle-ci. Les processus de séduction au sein d'une société hyperimagiste et immédiate entraîne selon Harrus-Révidi, une négation de la séduction. Plus les corps se dénudent, deviennent stéréotypés et s'exposent de manière immédiate, moins le « séduit » pourra se projeter dans ses fantasmes, car le temps de l'absence, condition nécessaire de la séduction, tant à se réduire au néant. Il en ressort que le selfie se trouve être un porteur de cette nouvelle sensibilité. Enfin, cette non-séduction ne semble s'éprouver que dans la catégorie que j'avais qualifiée d' « actif ». Dès lors, on ne peut attribuer se caractère à la société dans son ensemble.

²⁹ Voir annexe numéro 15 et 16.

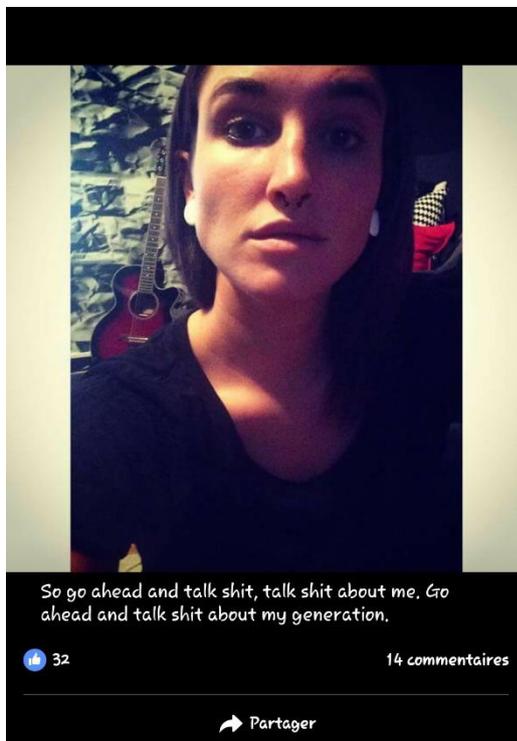
VII. Annexes



Annexe 1



Annexe 2



Annexe 3



Annexe 4



Annexe 5



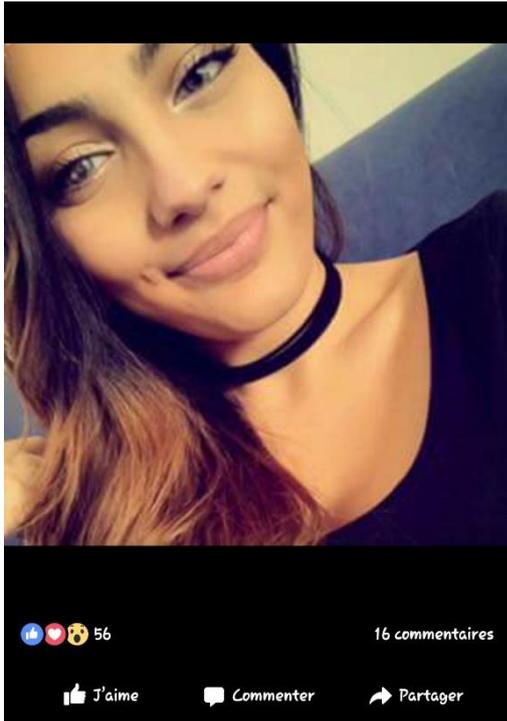
Annexe 6



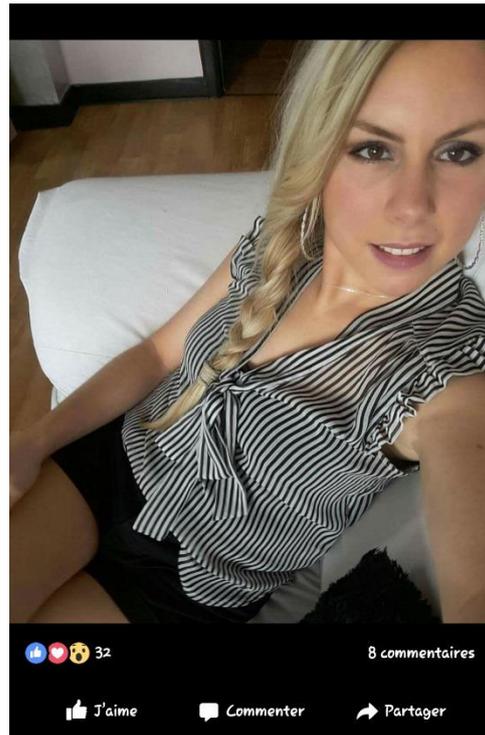
Annexe 7



Annexe 8



Annexe 9



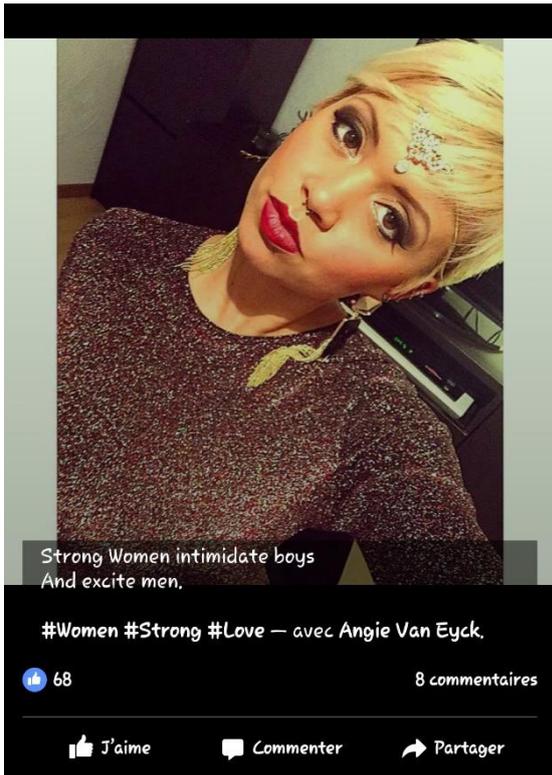
Annexe 10



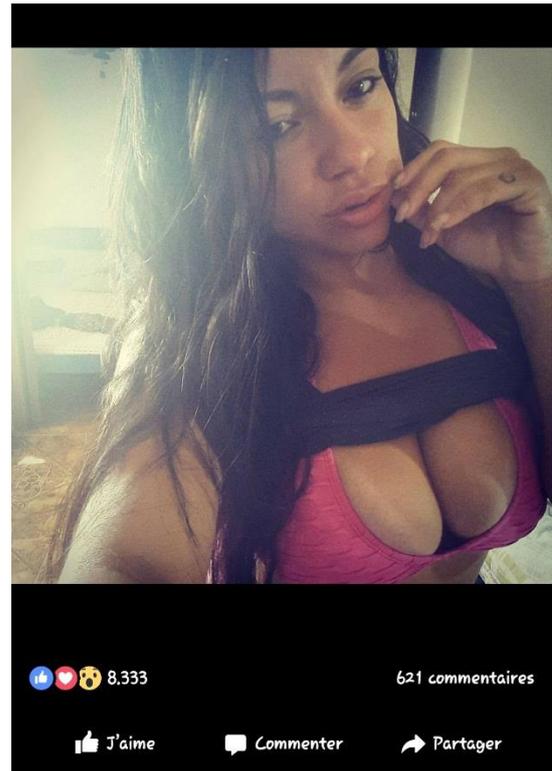
Annexe 11



Annexe 12



Annexe 13



Annexe 14



Annexe 15



Annexe 16

VIII. Bibliographie

Livres et articles scientifiques

- ANDERSON Bénédicte, L'imaginaire national : réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme, Paris, La Découverte, 1996.
- BACHELARD Gaston, L'Activité rationaliste de la physique contemporaine, PUF, 1965.
- BARUS-MICHEL, Jacqueline, Une société sur écrans, Les tyrannies de la visibilité (dir. Aubert et Haroche), Ères, 2011.
- BARTHES Roland, La Chambre claire : Note sur la photographie, Gallimard/Seuil/Cahiers du cinéma, Paris, 1980
- BAUDRILLARD Jean, De la Séduction, Paris, Galilée, 1979, repris dans « Folio-Essais », Paris, Gallimard, 1988.
- BERLINER David, « Pourquoi transmettre ? » Passeurs et contrebandiers, Lansman Editeur, Carnières-Morlanwelz, 2012, Pg. 35-39.
- BENJAMIN Walter, Petite histoire de la photographie, trad. Lionel Duvoy, Paris, Allia, 2012.
- BIRMAN Joel, Je suis vu, donc je suis : la visibilité en question, Les tyrannies de la visibilité dir. Aubert et Haroche. Ères, 2011
- BOETSCH Gilles, LEBRETON David, POMAREDE Nadine, VIGARELLO Georges, ANDRIEU Bernard (dir.), La belle apparence, CNRS Éditions, 2010.
- BOETSCH Gilles, GUILHEM Dorothee, « Rituels de séduction », Hermès, La Revue 2005/3 (n° 43), p. 179-188.
- BOUILLOUD J-P. Du monde de la parole au règne du visible, Les tyrannies de la visibilité dir. Aubert et Haroche. Ères, 2011
- BOURDELAIS P., Les Hygiénistes : enjeux, modèles, pratiques, Paris, Belin, 2001.
- BOURDIEU Pierre, Un art moyen, Essai sur les usages sociaux de la photographie, Paris, Minuit, 1965.
- BOURDIEU Pierre, Esquisse d'une théorie de la pratique, Précédé de Trois études d'ethnologie kabyle, Genève, Droz, 1972.
- BOYER R. La théorie de la régulation, une analyse critique, La Découverte, 1987.
- CARON François, Histoire des chemins de fer en France, éditions Fayard, Tome 1, 1997.
- CARPENTIER Jean (dir.), LEBRUN François (dir.), Alain Tranoy, Élisabeth Carpentier et Jean-Marie Mayeur (préf. Jacques Le Goff), Histoire de France, Paris, Points Seuil, coll. « Histoire », 2000 (1re éd. 1987).
- CLERMONT Gauthier, DENIS Jeffrey, Enseigner et séduire, La vie dans la classe, 1999.
- CHUPIN Ivan, HUBE Nicolas et Kaciaf Nicolas, Histoire politique et économique des médias en France, La Découverte, 2009.

- CORBIN Alain « Temps des loisirs, espaces de la ville », Histoire urbaine (n° 1), 2000/1.
- DEOTTE Jean-Louis, « Lefort/Simondon : Invention démocratique, invention technique », Appareil [En ligne], Articles, mis en ligne le 12 mai 2017, consulté le 12 mai 2017. URL : <http://appareil.revues.org/2373>
- DURAND pascal, Contexte Revue de sociologie de la littérature n° 11 | : Le littéraire en régime journalistique Presse ou médias, littérature ou culture médiatique ? Question de concepts, 2012.
- ELIAS Norbert, Du temps, Fayard (traduction de Michèle Hulin, postface de Michaël Schröter), 1997.
- ESCANDE-GAUQUIER Pauline, Tous selfie, Pourquoi tous accro ? Editions François Bourin, Société, 2015.
- FLICHY Patrice, L'innovation Technique, Edition La Découverte, 2003
- FREUND Gisèle, Photographie et société, Paris, Éditions du Seuil, 1974.
- GILLE Bertrand, Histoire des techniques : Technique et civilisations, technique et sciences, Gallimard, collection La Pleïade, 1978.
- GLON Marie, Van Dyk, Katharina, Entretien avec Georges Vigarello et al., « Une question d'histoire : qu'est-ce qu'être mince ? », Repères, cahier de danse (n° 24), 2009/2.
- GUNTHERT André, L'image partagée. La photographie numérique, Paris, Textuel, 2015.
- HAUDRICOURT André-George, Des gestes aux techniques. Essai sur les techniques dans les sociétés pré-machinistes. Édition de la Maison des sciences de l'Homme et Quæ, Paris, 2010.
- HAROCHE Claudine, L'invisibilité interdite, Les tyrannies de la visibilité dir. Aubert et Haroche. Éres, 2011.
- JURANVILLE Anne, « Du refus de la séduction », Le Journal des psychologues 2008/6 (n° 259), p. 31-36.
- KAPLAN Frédéric, La métamorphose des objets, Seuil, 2009.
- LAMBERT-DANSETTE, Jean, Histoire de l'entreprise et des chefs d'entreprise en France : L'entreprise entre deux siècles (1880-1914), t. 5, Paris, éditions l'Harmattan, 2009.
- LEROI-GOURHAN André, évolution et techniques, II, Milieu et techniques, Albin Michel, Paris, 1950.
- LEVY Pierre, L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace. Paris : La Découverte, 1994.
- LIPOVETSKY Gilles, Le bonheur paradoxal : essai sur la société d'hyperconsommation. Folio Gallimard, 2009.
- LIPOVETSKY Gilles, Les temps hypermoderne, avec la participation de Sébastien Charles, Grasset, Nouveau collège de philosophie, 2004.
- LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste, Paris, Editions Gallimard, coll. « Hors-série Connaissance », 2013.

- LYOTARD Jean-François, *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, *Minuit*, 1979.
- MARTENS F., *éloge de la grimace*, Olender & Sojcher (dir.), *La Séduction*, Paris, Aubier, 1980.
- MCLUHAN Marshal *Pour comprendre les médias*, Edition Seuil, Points, 1968.
- MOULIN Anne Marie, (Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello, Dir.) « Le corps face à la médecine » *Histoire du corps*, tome 3, XXe siècle. *Les Mutations du regard*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points Histoire », 2011.
- MORY P, « Architecture et hygiénisme à Paris au début du 20e siècle. L'architecte entre savoir médical et pouvoir politique » dans Bourdelais Patrice (dir.), *Les hygiénistes : enjeux, modèles et pratiques*, Belin, 2001.
- MULLER Joseph-Émile, ELGAR Frank, *La peinture moderne*, Paris, Fernand Hazan, 1979.
- ORY Pascal, (Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello, Dir.) “ Le corps ordinaire” *Histoire du corps*, tome 3, XXe siècle. *Les Mutations du regard*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points Histoire », 2011.
- PALAU François & Maguy, *Le rail en France : les 80 premières lignes 1828-1851*, éditions Palau, Paris, 1995.
- RAMONET Ignacio, *La Tyrannie de la communication*, Galilée, 1999, Folio, Gallimard, 2002.
- REMOND René, « Le XXe siècle de 1914 à nos jours », *Introduction à l’histoire de notre temps*, PAO éditions du Seuil, Lonrai, 2002.
- SENNETT Richard, *Les Tyrannies de l’intimité*, Seuil, 1979.
- SOHN Anne-Marie, (Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello, Dir.) “ Le corps sexué” *Histoire du corps*, tome 3, XXe siècle. *Les Mutations du regard*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points Histoire », 2011.
- STIEGLER Bernard, *De la misère symbolique Essais Champs*. Flammarion, 2012.
- STIEGLER Bernard, *La Technique et le temps*, tome 1 : *La Faute d’Épiméthée*, 1994.
- TISSERON Serge, *Le Bonheur dans l’image*, *Les Empêcheurs de penser en rond*, 1996.
- TISSERON Serge, *L’intimité surexposée*, Paris, Hachette, 2001.
- TURKLE Sherry, *Seuls ensemble : De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines*, *L’échappée*, 2015.
- VANDERMOTTEN C., (octobre-décembre 1998), « Dynamiques spatiales de l’industrialisation et devenir de la Belgique, *Le mouvement social*, 185 : 75-100.
- VIAL Stéphane, *L’être et l’écran. Comment le numérique change la perception*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Hors collection », 2013.
- VIGARELLO Georges., « La séduction », *Le Portique [En ligne]*, 12 | 2003, mis en ligne le 15 juin 2006, consulté le 14 février 2017. URL : <http://leportique.revues.org/575>

- VIGARELLO Georges, (Alain Corbin, Jean-Jacques Courtine, Georges Vigarello, Dir.) « S'entraîner » Histoire du corps, tome 3, XXe siècle. Les Mutations du regard, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points Histoire », 2011.
- POLLIEN Alexandre, « Pierre Sansot, sociologie itinérante d'un être sensible », A contrario 2007/1 (Vol. 5).
- WITTEZAEEL Jean Jacques, L'écologie de l'esprit selon Gregory Bateson, multitudes numéro 24, Ecopolitique Now, 2006.

Conférences – entretiens – reportages (scientifiques) en ligne

- BAUDRILLARD Jean, Conférence à l'ENS Paris, 19 mai 2004.
- BAUDRILLARD Jean, Mots de passe (documentaire 1999).
- BOELLSTORFF Maurer, Mazzocchi, Servais, Humanités réticulaires: Nouvelles technologies, altérités et pratiques ethnographiques en contextes globalisés.
- LATOUR Bruno, Ce que le numérique fait aux humanités.
- MAFFESOLI Michel, Entrevue avec Michel Maffesoli sur son livre « L'ombre de dionysos » faite par Pierre KERROC'H, Cinémagier Création, 2016.
- STIEGLER Bernard, Veux-tu être mon ami ?
- SERRES Michel, Conférence sur les nouvelles technologies lors du 40^e anniversaire de l'INRIA en 2007.
- Le CRAL, séminaire du lundi 28 avril 2014. Une l'intervention de GUNTHERT André Gunthert et SAGOT-DUVAUROUX Dominique, « L'appropriation, condition des circulations culturelles ».
- VIGARELLO Georges, Conférence à l'Université d'Ottawa le 29 septembre 2015
- VIGARELLO Georges, Le culte du corps dans la société contemporaine, Conférence du 5 décembre, 2000